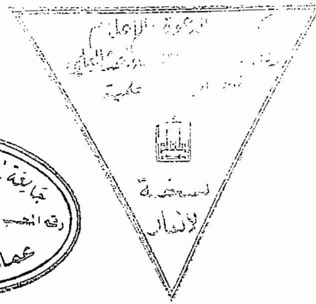
بسم الله الرحمن الرحيم

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
كلية الدعوة والإعلام
قسم الإعلام







العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لدى الشباب

دراسة وصفية على عينة من طلاب المرحلة الجامعية بمدينة الرياض

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام

إعداد

عبد الله بن عبد العزيز الحسين

إشراف

الدكتور محمد بن عبد الله الخرعان

الأستاذ المشارك بقسم الإعلام جامعة الإمام محمد بن سعود

العام الجامعي ١٤٣١/ ١٤٣٢هـ

Abstract

The Relationship Between Exposure to Talk Shows on Arabic Satellite Television Channels and Critical Thinking Skills Among Youths: A Descriptive Study on a Sample of University Students in the City of Riyadh

This study examines the extent of the relationship between exposure to talk shows offered by Arabic satellite television channels and critical thinking skills among university students in Riyadh who are among the audience for these channels. It is a descriptive study on a sample of students from both Imam Muhammad ibn Saud University and King Saud University in Riyadh. The sample is 198 students from various majors including religious, humanistic and scientific departments.

The results of the study are described through the answers of the students to both theoretical and applied questions. For the applied part of the study, the researcher used, as a tool for the study, a questionnaire made up of two main sections. The first section is devoted to the measurement of exposure to talk shows. The second section is a measurement of the level of critical thinking skills which is made up of 150 items. Then, the two measurements were used to examine the relationship between the two variables, in addition to gathering principle demographic data of the participants.

Among the most important findings of this study were the following results:

There was a positive relationship, statistically significant (at 0.01 and less) between exposure of youths to talk shows on Arabic satellite channels and critical thinking skills among them.

The most important talk show program that was shown to reinforce critical thinking skills among the youth was Sa'at Hiwar (An Hour for Dialogue), followed by Sada al-Mala'ab (Echo of the Stadiums), followed by Ida'at (Spotlights) and in fourth palce was al-Jawlah (The Round).

There was no relationship, statistically significant (at 0.05 and less), between the exposure of youth to the content of talk shows on Arabic satellite channels and the gratifications obtained from them, and the opinion of the youth towards them, in addition to the positive effects that might occur based on exposure to these programs and critical thinking skills.

There was a positive relationship, statistically significant (at 0.01 and less) between the motives for the exposure to talk shows and critical thinking skills. Also, there was a positive relationship, statistically significantly (0.01 and less) between the effects of heavy exposure to some talk shows on Arabic satellite channels favored by youth on some personality traits associated with critical thinking and critical thinking skills.

Finally, the results show that there is an effect statistically significant (at 0.01 and less) for the primary demographic variables of the participants (such as age, academic department, academic year, cumulative grade point average) and their exposure to talk shows on Arabic satellite channels and their level of critical thinking

بسم الله الرحمن الرحيم

ملخص الدراسة

شهدت السنوات الأخيرة، مع انتشار البث الفضائي العربي، انتشاراً للبرامج الحوارية، وساعد على ذلك عوامل من أهمها اتساع حرية الرأي والمشاركة السياسية، وهي من طبيعتها وخصائصها المعروفة تمثل الوسيلة الأمثل لطرح الموضوعات التي تهم الرأي العام أو شريحة منه،وذلك من خلال مشاركة بعض الشخصيات ذات العلاقة بتلك القضايا، وتفترض هذه البرامج بطبيعتها تناول تلك الموضوعات بشفافية ووضوح وحرية في الرأي من خلال الأسلوب الحواري للوصول بالمشاهد إلى عرض القضية وتشخيصها وطرح حلول لها وإعطاء المشاهد فرصة للحكم عليها، ولأن الجمهور يعد الركيزة الأساسية في دائرة الاتصال تلك، كان لمستوى فكره الناقد دور كبير للحكم على تلك البرامج وموضوعاتها وضيوفها وما يتعلق بها، وبالتالي الحكم على نجحها و التأثير فيها، وفي المقابل قد ترتقي بعض البرامج الحوارية الجيدة بمستوى الفكر الناقد للجمهور من خلال زيادة الخبرات من التعرض الكثيف لها، ومن هذا المنطلق تبلورت مشكلة هذه الدراسة، وتلخصت في معرفة مدى العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، ومهارة التفكير الناقد، وذلك لدى جمهور هذه القنوات من فئة الشباب الجامعي بمدينة الرياض، وهي دراسة وصفية تطبيقية على عينة من طلاب جامعتي الإمام محمد بن سعود والملك سعود بالرياض بلغت ١٩٨ طالباً من مختلف التخصصات الشرعية والإنسانية والطبيعية، حيث تم وصف نتائج الدراسة من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة النظرية والتطبيقية، وفي الجانب التطبيقي استخدم الباحث في أداه دراسته استبيان مكون من جزأين رئيسيين الأول عبارة عن سبعة محاور خاصة بالتعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية وهي: (التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية كما يعرفها المبحوثين- التعرض لمضامين تلك البرامج – دوافع التعرض لها – الاشباعات المتحققة منها –الاتجاهات أو الآراء حولها – الآثار الناتجة من التعرض لها – أثر التعرض الكثيف لبعضها على بعض الخصائص الشخصية المرتبطة بمهارة التفكير الناقد)، أما الجزء الثاني من الاستبيان فهو مقياس مستوى التفكير الناقد المكون من ١٥٠ عبارة، وذلك لقياس العلاقة بين هذين المتغيرين الرئيسين بالإضافة إلى بعض البيانات الأولية للمبحوثين، وكان من أبرز نتائج الدراسة ما يلي:

وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زاد تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم. كما اتضح أن أبرز برنامج حواري يسهم في تعزيز مهارات التفكير الناقد لدى الشباب هو برنامج ساعة حوار يليه برنامج صدى الملاعب ثم برنامج إضاءات وفي المرتبة الرابعة يأتي برنامج الجولة.

و عدم جود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين تعرض الشباب لمضامين البرامج الحوارية (الرياضية ، الدينية ، الثقافية ، العلمية والطبية ، الفنية والغنائية) في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم.

و وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية، ومهارة التفكير الناقد، ودوافع التعرض هي: (طبيعة القضايا- أسلوب تقديم البرنامج وطريقة إدارة الحوار- التصوير والديكور أو الإخراج المستخدم في البرامج الحوارية- الشخصيات المشاركة / ضيوف البرنامج - مشاركات ومداخلات المشاهدين في البرامج الحوارية - وقت عرض البرنامج- مساحة حرية الرأي في البرامج الحوارية- القناة التي تبث البرنامج)

كذلك عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم.

وأيضا عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين اتجاهات الشباب(آرائهم) نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم.

وكذلك عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد.

ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين تأثير التعرض الكثيف لبعض البرامج الحوارية المحببة للشباب في القنوات الفضائية العربية على بعض الخصائص الشخصية المرتبطة بمهارة التفكير الناقد ومهارة التفكير الناقد، وهذه الآثار الشخصية المرتبطة بمهارة التفكير الناقد هي:

زيادة القدرة على التمييز بين الآراء والوقائع - زيادة حب الإطلاع - التدريب على جمع الأدلة والبيانات قبل إصدار الحكم على الأشياء- تنمية القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي - التعويد

على تقبل آراء الآخرين ومناقشتهم - زيادة القدرة على الاستدلال المنطقي والاكتشاف - تنمية القدرة على بناء المفردات اللغوية - التعويد على تحديد المشكلة بوضوح - التعويد على استخدم مصادر علمية في الاستدلالات.

وأخيرا أوضحت النتائج أن هناك تأثير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل للمتغيرات الأولية للشباب(العمر – التخصص الدراسي- المستوى الدراسي- المعدل التراكمي) وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد.

المحتويات

الموضوع	الصفحة
المقدمة المنهجية	
موضوع الدراسة وأهميته	١
مشكلة الدراسة وأهدافها	٣
تساؤلات الدراسة	٥
أولاً: تساؤلات الجانب النظري للدراسة	٥
ثانياً: تساؤلات الجانب التطبيقي للدراسة:	٦
الدراسات السابقة:	٧
أولاً: الدراسات الخاصة بمتغيري الدراسة:	٧
ثانياً: دراسات عن مهارة التفكير الناقد:	٨
ثالثاً : دراسات التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية:	١٠
موازنة الدراسة مع الدراسات السابقة:	١٣
أولاً: الدراسات المرتبطة بمتغيري الدراسة:	١٣
ثانياً: الدراسات المرتبطة بمهارة التفكير الناقد:	١٥
ثالثاً: الدراسات المرتبطة بالتعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية:	١٥
الفصل الأول الإطـار النظـري	
المبحث الأول التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	
المطلب الأول التعرض للقنوات الفضائية العربية وبرامجها الحوارية	
أولاً: مفهوم التعرض للقنوات التلفزيونية:	٢١
ثانياً: الأصول النفسية لمفهوم التعرض:	٢٣
ثالثاً: التعرض للقنوات الفضائية العربية وبرامجها الحوارية في الدراسات العربية:	٢٥
(١) أنماط التعرض للقنوات الفضائية، والبرامج الحوارية:	٢٦

الموضوع	الصفحة
(٢) نمط تفضيل القنوات والبرامج التلفزيونية:..	٣٠
(٣) نمط دوافع (أسباب) التعرض والحاجة للمادة المعروضة (الإشباع منها):..................	٣٧
(٤) الآثار الناتجة من التعرض:..	٤٥
المطلب الثاني **جمهور القنوات الفضائية العربية وبرامجها الحوارية**	
مقدمة:	٤٩
تعريف جمهور القنوات الفضائية	٥٠
خصائص الجمهور وسماته وفقاً لتقسيماته:..	٥١
(أ) الجمهور العام..	٥١
(ب) الجمهور الخاص	٥٤
خصائص جمهور البرامج الحوارية التلفزيونية	٥٦
خصائص الجمهور في الدراسات الإعلامية العربية	٦١
المطلب الثالث **البرامج الحوارية التلفزيونية**	
مقدمة:	٦٧
مفهوم الحوار:	٦٧
أهمية الحوار:	٦٧
الحوار في الإسلام:	٧٠
الحوار في القرآن الكريم والسنة المطهرة :..	٧٠
خصائص الحوار في الإسلام:	٧٢
تعريف البرامج الحوارية التلفزيونية:..	٧٤
التصنيفات العامة للبرامج الحوارية:	٧٧
أنواع البرامج الحوارية:	٧٩
أولاً وفقاً لطبيعة الحوار التلفزيوني:..	٧٩
ثانياً: وفقاً لشكل الحوار التلفزيوني:	٧٩
(١-١) برامج المقابلات التلفزيونية (Interview):	٨٠
أشكال المقابلة:	٨٠

الموضوع	الصفحة
تصنيفات المقابلة التلفزيونية:	٨٣
(١-٢): برامج الندوات والمناقشات التلفزيونية:	٨٤
أهداف برمج الندوات والمناقشات التلفزيونية:..	٨٤
أشكال برامج الندوات والمناقشات التلفزيونية:	٨٤
(١-٣) برامج الرأي الجماهيرية:	٨٥
سمات برامج الرأي الجماهيرية :	٨٥
أنواع برامج الرأي :	٨٦
أهمية برامج الرأي:	٨٦
المطلب الرابع **البرامج الحوارية في الدراسات الإعلامية وعوامل نجحها واشباعاتها**	
عوامل نجاح البرامج الحوارية التلفزيونية:	٨٩
الإشباعات في البرامج الحوارية التلفزيونية ودوافع التعرض لها:	٩١
أ) إشباعات دوافع التعرض للبرامج الحوارية	٩١
ب) إشباعات العلاقة بين المشاهدين والبرامج الحوارية:	٩١
ج) إشباعات مستوى المشاركة، والتفاعل بين المشاهدة والبرامج الحوارية:	٩١
برامج الحوار التليفزيوني في الدراسات الإعلامية:	٩٢
١) أهمية البرامج الحوارية:..	٩٢
٢) مقدمو البرامج الحوارية وأساليب تقديمها:	٩٢
٣) أشكال البرامج الحوارية:	٩٧
٤) إنتاج البرامج الحوارية:	٩٩
ملخص نتائج الدراسات	١٠١
المبحث الثاني **مهارات التفكير والتفكير الناقد**	
المطلب الأول **التفكير طبيعته ومكانته في الإسلام**	
أولاً: تعريف التفكير:	١٠٦

الموضوع	الصفحة
١) معنى التفكير في اصطلاح المتقدمين من علماء الإسلام:........................	١٠٧
٢) معنى التفكير في اصطلاح المؤلفات الحديثة (الأجنبية والعربية) :....................	١٠٩
ثانياً: خصائص التفكير:..	١١١
ثالثاً: علاقة التفكير ببعض المفاهيم المرتبطة به (المجردة والمحسوسة):...............	١١٣
١) علاقة التفكير بالدماغ:..	١١٤
٢) علاقة التفكير ببعض المفاهيم المجردة (الذاكرة – الذكاء – التعلم)	١١٤
رابعاً: مكونات التفكير ومستوياته...................................	١١٥
خامساً: مكانة التفكير في الإسلام..................................	١١٧
المطلب الثاني **مهارات التفكير أنواعها وخصائصها ومجالاتها**	
أولاً / تعريف مهارات التفكير:.....................................	١٢٤
ثانياً: تصنيف مهارات التفكير:.....................................	١٢٦
ثالثاً: أنوع مهارات التفكير وخصائصها :.............................	١٣٠
رابعاً : علاقة بعض مهارات التفكير بالتفكير الناقد:......................	١٣٦
خامساً : أهمية تعليم مهارات التفكير ومجالاتها........................	١٣٦
المطلب الثالث **مهارة التفكير الناقد**	
أولاً: مفهوم التفكير الناقد:......................................	١٤٠
ثانياً: أهمية التفكير الناقد في التعرض للإعلام:.........................	١٤٢
١) أهمية تعليم التفكير الناقد للشباب:.................................	١٤٢
٢) أهمية التفكير الناقد التطبيقية في التعرض الإعلامي:......................	١٤٦
٣) أهمية التفكير الناقد النظرية في التعرض للإعلام:........................	١٤٧
٤) دور التعرض للبرامج الحوارية في تنمية التفكير الناقد:....................	١٥٠
ثالثاً: خصائص التفكير الناقد:....................................	١٥١
رابعاً: خطوات التفكير الناقد:.....................................	١٥٦
خامساً: معايير التفكير الناقد:....................................	١٥٨
سادساً: معوقات التفكير الناقد :...................................	١٦١
سابعاً: التفكير الناقد في التربية الإسلامية:............................	١٦٤

الصفحة	الموضوع
١٦٨	ثامناً: مهارات التفكير الناقد وقياسها:..
	الفصل الثاني **الدراسة الميدانية**
	إجراءات الدراسة
١٧٢	منهج البحث ....
١٧٢	مجتمع البحث..
١٧٣	نوع وحجم العينة..
١٧٣	مبررات اختيار العينة..
١٧٣	الاختيار العشوائي من داخل إطار العينة ....
١٧٤	اختيار الشعب من الجداول الدراسية ....
١٧٤	اختيار الطلاب من داخل الشعب وتطبيق الدراسة عليهم ....
١٧٦	الصعوبات التي واجهت الباحث ....
١٧٧	الأدوات ....
١٧٧	أولاً : مقياس التعرض (التعريفات الإجرائية – الصدق – الثبات) ....
١٨١	ثانياً : مقياس التفكير الناقد ....
١٨٤	نتائج البيانات الأولية لعينة الدراسة ....
١٨٨	**المبحث الأول** **نتائج الدراسة المرتبطة بالتعرض للبرامج الحوارية**
٢١١	**المبحث الثاني** **نتائج الدراسة المرتبطة بمهارة التفكير الناقد**
٢١٥	**المبحث الثالث** **نتائج الدراسة المرتبطة بالعلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية ومهارة التفكير الناقد**
	الخاتمة **أهم النتائج والتوصيات**
٢٤٢	أهم النتائج ....

الصفحة	الموضوع
٢٥١	التوصيات ....
٢٥٣	المراجع ....
٢٥٥	أولاً : المراجع العربية ....
٢٦٦	ثانياً : المراجع الأجنبية ....

فهرس الجداول

رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
(١)	تقسيم الجمهور بناء على مشاركته في البرامج وفقاً للنظرية الموقفية	٥٩
(٢)	الفرق بين المفكر الناقد وغير الناقد في الخصائص الشخصية	١٥٥
(٣)	التدرج في الاختيار العشوائي لطلاب جامعة الإمام محمد من التخصصات العامة إلى الكليات ثم الأقسام ثم الشعبة الدراسية	١٧٥
(٤)	التدرج في الاختيار العشوائي لطلاب جامعة الملك سعود من التخصصات العامة إلى الكليات ثم الأقسام ثم الشعبة الدراسية	١٧٥
(٥)	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول (مضامين) بالدرجة الكلية للمحور	١٧٩
(٦)	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني (إشباعات) بالدرجة الكلية للمحور	١٧٩
(٧)	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث (الأثار) بالدرجة الكلية للمحور	١٧٩
(٨)	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الرابع (العوامل) بالدرجة الكلية للمحور	١٨٠
(٩)	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الخامس (الاتجاهات) بالدرجة الكلية للمحور	١٨٠
(١٠)	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور السادس (تأثير الخصائص الشخصية) بالدرجة الكلية للمحور	١٨٠
(١١) أ	معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة	١٨١
(١١) ب	تصنيف مستويات التفكير الناقد على المقياس	١٨٤
(١٢)	فئات العمر	١٨٤
(١٣)	الجامعة	١٨٤
(١٤)	الحالة الاجتماعية	١٨٥
(١٥)	التخصص	١٨٥
(١٦)	المستوى الدراسي	١٨٦
(١٧)	المعدل التراكمي	١٨٧
(١٨)	مدى التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية (كثافة التعرض)	١٨٩
(١٩)	أفضل البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية لدى المبحوثين في اختياراتهم الأربعة على التوالي	١٩٠
(٢٠)	التعرض لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	١٩٤
(٢١)	دوافع التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	١٩٧
(٢٢)	الإشباعات المتحققة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	٢٠٠

رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
(٢٣)	الاتجاهات (الآراء) حول البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	٢٠٢
(٢٤)	الآثار الناتجة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	٢٠٥
(٢٥)	أثر التعرض المستمر لبعض البرامج الحوارية على بعض الخصائص الشخصية المرتبطة بمهارة التفكير الناقد	٢٠٨
(٢٦)	أولاً: الجامعة	٢١٢
(٢٧)	ثانياً: العمر	٢١٢
(٢٨)	ثالثاً: التخصص الدراسي	٢١٢
(٢٩)	رابعاً: المستوى الدراسي	٢١٣
(٣٠)	خامساً: المعدل التراكمي	٢١٣
(٣١)	الفروق بين متوسطات التفكير الناقد عند درجات التعرض للبرامج الحوارية	٢١٤
(٣٢)	نتائج معامل ارتباط "بيرسون" لتحديد طبيعة العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد	٢١٦
(٣٣)	نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى مهارة التفكير الناقد عند التعرض لكل نوع من أنواع البرامج الحوارية على حدة	٢١٧
(٣٤)	جدول يوضح بعض الخصائص أهم البرامج الحوارية التي يتعرض لها المبحوثين	٢٢٠
(٣٥)	نتائج معامل ارتباط "بيرسون "" لتحديد طبيعة العلاقة بين تعرض الشباب لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد	٢٢١
(٣٦)	نتائج معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد	٢٢٢
(٣٧)	نتائج معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد	٢٢٣
(٣٨)	نتائج معامل ارتباط "بيرسون "لتحديد طبيعة العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد	٢٢٧
(٣٩)	نتائج معامل ارتباط" بيرسون "لتحديد طبيعة العلاقة بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد.	٢٢٩
(٤٠)	نتائج معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين تأثير التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة للشباب في القنوات الفضائية العربية على الخصائص الشخصية لديهم ومهارة التفكير الناقد	٢٣١

رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
(٤١)	نتائج تحليل الانحدار المتعدد Univariate Analysis of Variance لتحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة الأولية للشباب وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد	٢٣٦
(٤٢)	نتائج اختبار شيفيه لتحديد صالح الفروق بين فئات العمر للشباب في مستوى تفكيرهم الناقد	٢٣٧
(٤٣)	نتائج اختبار شيفيه لتحديد صالح الفروق بين فئات التخصص للشباب في مستوى تفكيرهم الناقد	٢٣٨
(٤٤)	نتائج اختبار شيفيه لتحديد صالح الفروق بين فئات المستوى الدراسي للشباب في مستوى تفكيرهم الناقد	٢٣٩
(٤٥)	نتائج اختبار شيفيه لتحديد صالح الفروق بين فئات المعدل التراكمي للشباب في مستوى تفكيرهم الناقد	٢٤٠

المقدمة

موضوع الدراسة وأهميته:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، وبعد:

فقد زاد انتشار البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في السنوات القليلة الماضية، وساعد على ذلك الانتشار، الانفتاح الإعلامي، والترويج لحقوق الإنسان وحرية الرأي، والمناداة بالإصلاح؛ في المنطقة العربية في ظل أوضاعها السياسية والاقتصادية والاجتماعية سريعة التغير، وأخذ الجاد من تلك البرامج، يسعى لجذب الجمهور بالتنوع في الطرح الفكري والنقد الجريء عن ذي قبل في المجالات: السياسية، والثقافية، والشبابية، والاجتماعية، كافة، ويسعى لتحقيق المشاركة الجماهيرية ، وهي، بهذه الصفة، تفترض أن يكون المتلقي عنصراً رئيسياً وفعالاً وذا وعي بما يجري حوله أكثر من ذي قبل، واتخذت تلك البرامج، لأجل ذلك، أسباب ضمان تلك الجودة النوعية، خاصة ما يتعلق بالاهتمام بطبيعة القضايا والموضوعات المطروحة، ومواكبتها للأحداث بشفافية وحرية أكبر، وكذلك الاهتمام بالشخصيات المشاركة في الحوارات؛ سواء داخل الأستوديو أم خارجه عن طريق التنسيق والاتصال؛ والتي تعد من أهم العوامل الجاذبة للتعرض[1]، بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لأكبر عدد من الجمهور للمشاركة، مما كان له الأثر في زيادة القاعدة الجماهيرية الناقدة لتلك البرامج.وبالنظر لبنية وطبيعة تلك البرامج الحوارية التي يتم فيها تبادل المدركات والرسائل اللفظية وغير اللفظية وردود الأفعال والدوافع والتوقعات؛ نجد أنها تملك مقومات خاصة بإعمال الفكر والتعامل على المستوى الفكري للجمهور؛كوجود الدافع المعرفي وتوفير بعض المعلومات، وإتاحة الفرصة للاستنتاجات، وتقويم النتائج، والمشاركة الفكرية المباشرة أو غير المباشرة مع مجموعات التعرض الأخرى، وهي مقومات تعد من أهم خطوات التفكير الناقد[1].وتعرض الجمهور النوعي على المستوى الفكري لتلك البرامج بمقوماتها تلك، يشير إلى أهمية دراسة الخصائص الفكرية لهذا الجمهور، ومقدار ما يمتلكه من مهارات

---

(١) ظافر علي الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود ١٤٢٣هـ

١) عبد الرحمن الغامدي، التفكير الناقد في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافة والأسرية والأكاديمية لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم علم النفس، جامعة أم القرى، (١٤٢٦هـ).

تفكير عليا؛ كمهارة التفكير الناقد، التي تقوم على فحص المعلومات والمعتقدات، ومناقشتها، وتقويمها بكفاءة وفاعلية في ضوء الشواهد التي تؤيدها، والحقائق المتصلة بها، بدلاً من القفز للنتائج، وذلك للتعرف على السمات الشخصية لذلك الجمهور، إذ يتميز من يملك تلك المهارة عن غيره بعدة خصائص؛ منها: القدرة على الملاحظة، والنقد الموضوعي، والإحساس بالمشكلة، والمرونة، وتقبل آراء الآخرين، وكذلك القدرة على الاستدلال المنطقي، وتوليد الأفكار، وغير ذلك .[٢] يضاف إلى ذلك، أن دراسة التعرض لتلك البرامج قد تعطي مؤشرات على إعمال الفكر الناقد وتنميته، بهدف تشجيع روح التساؤل لدى الشباب، والبحث، والاستفهام، وعدم التسليم بالحقائق بدون تحد أو استكشاف، كما يؤدي إلى توسيع الآفاق الفكرية لهم بحكم وصول النمو العقلي إلى أعلى مستوياته في مرحلة عمرية مهمة في حياتهم.

وتكمن أهمية دراسة العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية ومهارة التفكير الناقد في هذه الدراسة، في الكشف عن الشخصية الموضوعية للشباب، المحققة للمواطنة الفاعلة، والمشاركة بإيجابية ووعي، من خلال علاقتها بتقدير دقة المعلومات وصحتها،وتعرضها الانتقائي، وتدربها على الحس النقدي، في عصر كثرت فيه المعلومات، وعمت فيه وسائل الإعلام، وكثرت فيه الدعايات والمصادر الكاذبة، التي تعتمد على إثارة المشاعر أكثر من اعتمادها على الأدلة والبراهين.

ويعد البحث في هذا الموضوع، بالتحديد، مجالاً جديدا لدراسة تعرض الجمهور للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، وذلك على مستوى المهارة الفكرية كسمة فردية تنحو للاتجاه الحديث في دراسات الجمهور، والتي أصبحت تركز على السمات الفردية والاجتماعية لتفسير طبيعة التعرض بدلاً من الاقتصار على السمات العامة فقط، وأيضا، مجالا مناسبا للربط بين بعض العلوم الأخرى ذات العلاقة، لا سيما بعد تطورها بما يحقق أهدف الدراسة بشكل علمي عميق، خاصة مجال علم النفس الذي أسهم بشكل كبير في تناول كثير من الإشكاليات البحثية في الدراسات الإعلامية؛ خاصة فيما يتعلق بدراسات التأثير المتبادل بين وسائل الإعلام وجماهيرها، منذ ظهور وسائل الإعلام ولم يزل كذلك.

لذا، لم يجد الباحث دراسات عربية مستقلة للربط بين التعرض للبرامج الحوارية التي تتميز بإعمال الفكر، ومهارة التفكير الناقد المتوافقة مع ذلك المستوى، مما شجعه للمضي في طرح هذه الفكرة.

مشكلة الدراسة وأهدافها:

هناك عدد من الأسباب العلمية التي دعت الباحث لاختيار مشكلة دراسته هذه، من أهمها:

١) كون التفكير منهجاً إسلامياً دعا إليه القرآن الكريم، وقد جاءت الدعوة الصريحة في القرآن الكريم، في مواضع كثيرة، للتفكر والتأمل والحث على إعمال العقل الذي أنعم الله به على الإنسان، ليتفكر في نفسه وما حوله وفي مخلوقات الله، متحرراً من الهوى والكسل والإعراض عن الحق، لاسيما في هذا الوقت الذي زاد فيه اتصال الإنسان بالعديد من الوسائل التي تعرض له المعلومات والأفكار والحقائق دون تمحيص أو تقييم.

٢) ندرة دراسات الجمهور في هذا الجانب، خاصة في الدراسات العربية.

٣) تؤدي مهارة التفكير الناقد دوراً في تقسيم الجمهور وفقاً للنظرية الموقفية الإعلامية في العلاقات العامة[1] (Theory Situational)، والتي تقسم الجمهور إلى: سلبي غير مشارك، وضمني يتأثر بالمشكلة، وواع يدرك أبعاد المشكلة، وفاعل مشارك.

حيث يتوقع الباحث أن مهارة التفكير الناقد قد تكون الفارق بين نوعي الجمهور الضمني (Latent): الذي يتأثر بالمشكلة، ولكنه لا يدركها.وبين الجمهور الواعي (Aware): الذي يدرك المشكلة وأبعادها ويستطيع نقدها.

٤) أثبتت العديد من دراسات مهارات التفكير، أن مهارة التفكير الناقد تؤثر في كثير من السلوكيات الفردية العامة (والسلوك الاتصالي جزء من تلك السلوكيات)، ولذا، كان من الأهمية التعرف على مستوى الحس النقدي، لدى الطلاب (مجتمع الدراسة)، وعلاقته بالبرامج الحوارية الموجهة التي يتعرضون لها، والتعرف أيضا على قدرة تلك البرامج كمادة لتحسين تلك المهارة؛ من خلال زيادة الخبرات الاتصالية على المستوى الحواري.

وفي هذا إشارة واضحة إلى العلاقة المتبادلة بين العقل وما يثيره، متى ما وجدت الرغبة في التفكير، والبحث عن المعلومة، والنقاش والتفاعل مع الآخرين، والاستفادة من تجاربهم بعد تقييمها، هذا من جانب، وكذلك: التقديم الجيد لما يثير العقل ويدعوه للتفكر ويطور من قدرته التي أودعها الله فيه في الجانب المقابل، وذلك من خلال العرض الجاد المبني على الحقائق والشفافية والوضوح.

---

١) راسم محمد الجمال وآخرون، إدارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥، ص: ٦٣.

٥) كون هذه الدراسة تتماشى مع تطور دراسات الجمهور المتعلقة بالتركيز على أهم السمات الفردية أو الاجتماعية للجمهور ذات العلاقة المباشرة بطبيعة التعرض، والتي تمثل مهارة التفكير الناقد واحدة من أهمها .

وبالتالي، فإن مشكلة الدراسة تتلخص في معرفة العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، ومهارة التفكير الناقد، وذلك لدى جمهور هذه القنوات من فئة الشباب، من خلال عينة من طلاب الجامعات في مدينة الرياض.

كما تسعى إلى تحقيق عدد من الأهداف المنبثقة من مشكلة الدراسة، والمتمثلة في الآتي :

١) التعرف على التفكير، وأهميته، وخصائصه، ومكانته في الإسلام.

٢) التعرف على مهارة التفكير الناقد لدى الشباب، وأهميته، وخصائصه، وطريقة قياسه.

٣) التعرف على طبيعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المفضلة لدى الشباب وأنماط تعرضهم لها وسماتهم وخصائصهم .

٤) التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ودوافعهم واتجاهاتهم نحوها، ومهارة التفكير الناقد.

٥) التعرف على العلاقة بين الآثار المترتبة على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد.

٦) التعرف على العلاقة بين تأثير التعرض الكثيف للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية- المفضلة- على الخصائص الشخصية المرتبطة بالتفكير الناقد، ومهارة التفكير الناقد .

٧) التعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة الأولية للشباب وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد.

تساؤلات الدراسة:

يتحدد سؤال الدراسة العام كما يلي:

هل هناك علاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

ويشتق الباحث عدة أسئلة من هذا السؤال العام يغطي به المحاور الأساسية لهذه الدراسة، على النحو التالي:

أولاً: تساؤلات الجانب النظري للدراسة، وتتضمن ما يلي:

١) تساؤلات عن تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية وخصائصه وسماته، ويتفرع منها:

أ/ ما مفهوم تعرض الجمهور للقنوات الفضائية العربية وبرامجها الحوارية ؟

ب/ ما متغيرات التعرض(الأنماط- التفضيل – الدوافع – الآثار) للقنوات الفضائية وبرامجها الحوارية في الدراسات الإعلامية العربية ؟

٢) تساؤلات عن خصائص جمهور القنوات الفضائية العربية وبرامجها الحوارية ؟

أ) ما خصائص جمهور القنوات الفضائية العربية وبرامجها الحوارية وسماتهم ؟

ب) ما خصائص جمهور القنوات الفضائية العربية وبرامجها الحوارية في الدراسات الإعلامية العربية ؟

٣) تساؤلات عن البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية التي يتعرض لها الشباب، ويتفرع منها:

أ/ ما طبيعة الحوار ومفهومه وأهميته في الإسلام ؟

ب/ ما تعريف البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب وأشكالها وعوامل نجاحها ؟

ج/ ما خصائص مقدمي البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب وأساليبهم؟

د/ ما هي الإشباعات التي تقدمها البرامج الحوارية التلفزيونية التي يتعرض لها الشباب؟

٤) تساؤلات عن ماهية التفكير ومهاراته، وأهميته لدى الشباب ويتفرع منها:

أ/ ما مفهوم التفكير وما مكانته في الإسلام ؟

ب/ ما خصائص التفكير ومكوناته؟

ج/ ما أنواع مهارات التفكير وخصائصها ؟

د/ ما أهمية تعليم مهارات التفكير للشباب في المجالات المختلفة؟

٥) تساؤلات عن مهارة التفكير الناقد لدى الشباب ويتفرع منها:

أ / ما مفهوم التفكير الناقد لدى الشباب ؟

ب/ ما خصائص التفكير الناقد لدى الشباب، وخطواته، ومعاييره ؟

ج/ ما معوقات التفكير الناقد، وأهميته في التربية الإسلامية ؟

د / ما هي مهارات التفكير الناقد لدى الشباب وأساليب قياسها ؟

هـ / ما أهمية التفكير الناقد في التعرض للأعلام ، ودور الإعلام في تنمية التفكير الناقد ؟

ثانياً: تساؤلات الجانب التطبيقي للدراسة:

١) ما العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد ؟

٢) ما العلاقة بين تعرض الشباب لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد ؟

٣) ما العلاقة بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

٤) ما العلاقة بين الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

٥) ما العلاقة بين اتجاهات الشباب (آرائهم) نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

٦) ما العلاقة بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

٧) ما العلاقة بين تأثير التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة للشباب في القنوات الفضائية العربية على الخصائص الشخصية المرتبطة بمهارة التفكير الناقد ، ومهارة التفكير الناقد ؟

٨) ما العلاقة بين متغيرات الدراسة الأولية للشباب وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد ؟

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات الخاصة بمتغيري الدراسة:

تناولت بعض الدراسات الأجنبية في حقل الدراسات الإعلامية: علاقة التعرض للإعلام بمهارة التفكير الناقد، وهو ما لم يجده الباحث فيما اتسع له من الوقت والجهد في الدراسات العربية، وكانت على النحو التالي:

دراسة عن العلاقة بين ثقافة الإعلام ومهارة التفكير الناقد على عينة من طلاب الجامعة [1]، كشفت الدراسة في مجمل نتائجها أن هناك ادعاءات كثيرة من مؤيدي ثقافة الإعلام بوجود علاقة بين المتغيرين، على الرغم من عدم توفر تأييد أكاديمي كاف لتلك الفرضية، وأوصت الدراسة بأهمية تطوير وسائل قياس ثقافة الإعلام لمعرفة أثرها على التفكير الناقد.

كما أوضحت دراسة أكاديمية عن التشابك بين تعليم وسائل الإعلام أو التدريب على وسائل الإعلام، والطريقة الفلسفية للتفكير النقدي، والتي تبناها أعضاء جمعية الصحافة ووسائل الإعلام(AEJMC)[2] ، حيث كشفت هذه الدراسة: أن المبحوثين – عينة من الطلاب- الذين يمتلكون مهارة تفكير نقدي؛ يملكون -أيضا- مهارة في تحليل المعلومات من وسائل الإعلام، مما يعني أهمية تدريب الطلاب على تلك المهارات، وذلك من خلال زيادة التعرض لبعض مواد الإعلام، لاسيما البرامج الحوارية الجادة والهادفة.

وتربط دراسة أخرى بعنوان: ثقافة الإعلام مفاتيح لتفسير محتوى وسائل الإعلام [1] بين ثقافة الإعلام والتفكير النقدي، وتعتبر الأولى أساساً للثانية، حيث تمكن الجمهور من تنمية الحكم المستقل على محتوى وسائل الإعلام. علما بأن التدريب على بعض برامج الإعلام يعد جزءاً مهماً من ثقافة الإعلام تلك.

كما أجريت دراسة دولية في العلاقة بين ثقافة الإعلام والتفكير النقدي[2] من سن ١٠ إلى ١٢ سنة، حيث تؤكد هذه الدراسة أن ثقافة الإعلام الهادف تعد وسيلة لتنمية التفكير النقدي، وأن

---

١) Edward T . Arke (2005) Media literacy and Critical Thinking: IS T here A Connection? . doctor of Education. . August.

٢) Ruminski. H. Hanks. W. (1995). Critical thinking lacks definition and uniform Evaluation criteria . Journalism and Mass Communication Educator. 50(3) PP.4-10

١) Feuerstein, M. (1999). Media literacy in support of critical thinking. Journal of Educational Media, 24 (1), 43-54.

٢) Silverblatt, A. (2001). Media literacy: Keys to interpreting media messages. (2nd ed.) Westport, CT: Praeger Publishers.

الطلاب كلما زادوا من خبراتهم مع ثقافة الإعلام -تعلما وتدريبا- فسوف يظهرون مكاسب كبيرة ومناسبة في تحليل الإعلام ومهارات التفكير النقدي أيضا .

وفي دراسة أخرى عن: الاستهلاك الإعلامي، اتضح أن للتلفاز تأثيراً رئيساً على القاعدة المعرفية للأطفال، وأن الثقافة التحليلية والتقويمية تجعل المشاهدين منتبهين أكثر لمحتوى الإعلام الذي يستهلكونه، من خلال البرامج التي يختارونها. كما أن تعلم خيارات الاستهلاك الإعلامي مع وجود مهارة التفكير الناقد تمكن المستهلكين من كل الأعمار أن يكونوا متميزين في الاستفادة، ليس فقط من التلفزيون، ولكن من كل أوجه الإعلام[٣] .

ثانياً: دراسات عن مهارة التفكير الناقد:

اطلع الباحث على كثير من الدراسات التي تناولت متغير مهارة التفكير الناقد، غير أنه اقتصر منها على ما يخدم أهداف الدراسة أو أحد متغيراتها، وماله صلة بمجتمع البحث، ومن ذلك ما يلي:

دراسة عن: التفكير الناقد والتحصيل الأكاديمي لدى عينة من طلاب جامعة البحرين، وكان من أهم نتائجها: وجود ارتباطات دالة عند مستوى ٠.٠٠١ بين الدرجة الكلية للتفكير الناقد ودرجة المعدل التراكمي[٤].

وفي دراسة أخرى عن: الفروق والعلاقات في التفكير الناقد لدى عينة مكونة من ١١٨ طالب وطالبة من المرحلة الثانوية بمدينة جدة تبعا لبعض المتغيرات الديمغرافية والأسرية والأكاديمية كان من نتائجها: (وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في معظم أبعاد التفكير الناقد لصالح الذكور، كما كان من نتائجها، أيضا : وجود علاقة دالة إحصائيا بين درجات التحصيل الدراسي ومهارة التفكير الناقد[١] .

وفي دراسة أخرى عن: أهم العوامل المعيقة للتفكير الناقد (كانت أهم نتائجها: التأثر بالنواحي العاطفية، والانقياد للآراء التواترية، والتعصب، والتطرف في الرأي، والقفز للنتائج[٢]).

---

٣) Feuerstein, M. (1999). Media literacy in support of critical thinking. Journal of Educational Media, 24 (1), 43-54.

٤) شايع الحسيني، الرضا الوظيفي والتفكير الناقد، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة أم القرى، قسم علم النفس، ١٤١٨هـ،ص: ٦٠.

١) عبدالرحمن الغامدي، التفكير الناقد في ضوء بعض المتغيرات الدمغرافية، مرجع سابق، ص:١٤.

٢) محمود إبراهيم وجيه، دراسة تجريبية للعوامل المساهمة في تحسين التفكير الناقد، رسالة دكتوراه(غير منشورة)، القاهرة: جامعة عين شمس، كلية التربية، ١٩٦٦.

وفي دراسة تجريبية، هدفت إلى تنمية التفكير الناقد لدى بعض الطلاب الجامعيين، باستخدام أسلوب: المحاضرة الممزوجة بالتعرض للحوار والمشاركة، وأخرى ضابطة، أسفرت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائيا بين المجموعتين في اختبار التفكير الناقد لصالح المجموعة التجريبية(٣).

وفي دراسة تحليلية لتعليم التفكير الناقد في المدارس، قدم مجدي حبيب بحثا بعنوان تنمية وتقويم وتعليم التفكير الناقد المداخل والبرامج والمفاهيم الحديثة، عام ٢٠٠١م، أوصت الدراسة بضرورة دمج أساليب التفكير الناقد داخل المناهج التعليمية في المدارس، وتقويم عمليات التفكير الناقد من حيث البرامج والمناهج، كما أوصت الدراسة باستبدال أسلوب تقديم الأوراق والمحاضرات بورش العمل التي تشجع على المزيد من تبادل الأفكار من خلال الحوارات الهادفة كأسلوب من أساليب تعليم مهارات التفكير الناقد(٤).

وفي دراسة تأصيلية بعنوان التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية، هدفت إلى إعطاء صورة واضحة ومتكاملة عن التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية، استخدم الباحث المنهج الوصفي (الوثائقي) مستخدماً طريقتي: الاستنباط والاستقراء، كان من نتائجها: أن التفكير الناقد في المنظور التربوي الإسلامي منهج علمي أصيل له منطلقاته وأسسه التي يركز عليها لتجعل منه تفكيرا شمولياً يحقق للمسلم عمارة الأرض وتحقيق الخلافة كما أراد الله سبحانه وتعالى، كما أن تعليم التفكير الناقد وفق المنظور الغربي، مجرداً من منطلقاته وأسسه وضوابطه في التربية الإسلامية ويشكل خطراً على المتعلمين، ويضعف جوانب العقيدة الصحيحة التي تؤمن بالنتائج العلمية الثابتة، وفق حكمة الله وإرادته في كل ما يحدث في هذا الكون، بخلاف المنظور الغربي الذي ينطلق من منظور الأيدلوجية المادية، التي تنسب كل ما تجهل سببه إلى الطبيعة. كما أن تعليم التفكير الناقد في المقررات الدراسية يعد جانباً وقائياً مهماً وبالذات في التربية الإسلامية. كما أوصى الباحث بجملة وصايا علمية كان منها حث المؤسسات الإعلامية ببث ثقافة التفكير السليم والنقد البناء الهادف(١).

---

(٣) Ruminski. H. Hanks. W. (1995). Critical thinking lacks definition and uniform Evaluation criteria . Journalism and Mass Communication Educator. 50(3) .4-10

٤) مجدي عبدالكريم حبيب، تنمية وتقويم وتعليم التفكير الناقد المداخل والبرامج والمفاهيم الحديثة، من بحوث المؤتمر العربي الأول للمركز القومي للامتحانات والتقويم التربوي- رؤية مستقبلية- في الفترة ما بين ٢٢-٢٤ ديسمبر ٢٠٠١م.

١) عمر بن حسن الراشدي، التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، ١٤٢٧هـ ص: ٣٧٠.

ثالثاً : دراسات التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية:

وفي هذا الجانب من متغيرات الدراسة، هناك عدد من الدراسات، منها:

دراسة عن: اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية [٢]، كان من أهدافها:

التعرف على حجم متابعة البرامج الحوارية وأشكلها، والتعرف على الإشباعات المتحققة من التعرض لها، ودوافع التعرض، بالإضافة إلى تأثيرات متابعة تلك البرامج، وتقييمها بشكل عام. وكان من أهم نتائجها: أن معظم أفراد العينة يتعرضون للبرامج الحوارية بشكل مستمر، وأكثر أشكال البرامج متابعة كانت البرامج الحوارية الرياضية، ثم السياسية. وعن الإشباعات المتحققة من التعرض للبرامج الحوارية، فقد جاء إشباع حاجة مراقبة البيئة ومعرفة ما يدور حول العالم العربي أولاً، ثم الحصول على المعلومات، أما عن دوافع التعرض لتلك البرامج، فكانت طبيعة القضايا المطروحة فيها من أهم دوافع التعرض، يليها الشخصيات المشاركة وأسلوب تقديم البرنامج. وبالنسبة لبعض تأثيرات هذا التعرض، فكان الحديث مع بعض الأصدقاء حول ما يطرح من قضايا وموضوعات، يليه إعادة التفكير تجاه بعض تلك القضايا. وعن رأي أفراد العينة وتقييمهم لتلك البرامج بشكل عام، فقد رأى معظمهم أنها تطرح موضوعات وقضايا مهمة، كما أنها أوجدت مساحة من حرية التعبير، وزادت من الوعي السياسي لدى المشاهد العربي.

وفي دراسة عن تطور المشاركة الجماهيرية في البرامج الحوارية النهارية في التلفزيون[1]، هدفت إلى التعرف على تأثير المشاركة الجماهيرية في البرامج الحوارية التلفزيونية، فقد أوضحت نتائجها: أن للمشاركة الجماهيرية تأثيراً كبيراً على تغيير شكل ومضمون وأسلوب تقديم برامج الحوار، كما أنها مادة أكثر جاذبية، رغم تحفظ بعض النقاد عليها.

وفي دراسة عن: المطالب الجماهيرية في البرامج الحوارية التلفزيونية[2]، هدفت إلى التعرف على مدى مساهمة البرامج الحوارية في تلبية المطالب الجماهيرية، وتبني القضايا الاجتماعية التي تثير اهتمام

---

٢) ظافر علي الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية، مرجع سابق، ص: (ب) .

١) Edward Brain Adams. "The evolution of the audience participatory daytime television talk show" Dissertation Abstracts International .Vol. 33,

٢) Susan Jacqueleine. "Claims-making activities and television talk-show: A study in the construction of social problems". Dissertation abstracts international. Vol. 33, No. 2, 1994.

الجمهور، أوضحت النتائج أن: البرامج الحوارية أسهمت إلى حد كبير في تشكيل الفكر العام حول دور الإعلام في تبني القضايا الاجتماعية، كما أن لها دوراً فاعلا في معالجة القضايا الاجتماعية وطرح الحلول المناسبة.

ودراسة أخرى عن: اللقاءات الجريئة مع المجرمين المنحرفين في البرامج الحوارية التلفزيونية[1]: هل يحصلون على تعاطف الجمهور؟ هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الاستمالات المستخدمة في البرامج الحوارية على الجمهور المشاهد، وقد توصلت الدراسة إلى أن الجمهور يتعاطف مع الجناة المعترفين، ويعدونهم غير مسئولين عن سلوكهم لظروف يمرون بها في حياتهم، حيث تشير هذه النتيجة إلى أن الاستمالات المستخدمة في البرامج الحوارية تؤثر على آراء المشاهدين تجاه القضايا المثارة في البرامج.

كما هدفت دراسة عن: تأثير الدوافع الشخصية على مشاهدة البرامج الحوارية في التلفزيون (2)، إلى معرفة دوافع مشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية، وذلك باستخدام التصميم العاملي لمقارنة الحالة النفسية للمشاهدين قبل وبعد التعرض لتلك البرامج، وأسفرت نتائجها عن الآتي:

- تؤثر الحالة المزاجية للمشاهدين على مشاهدة البرامج الحوارية بالتلفزيون.
- يبحث المشاهد عن ذاته من خلال مشاهدة تجارب الآخرين في هذه البرامج.
- المشاهدون من ذوي المستوى الاجتماعي المنخفض أكثر مشاهدة للبرامج الحوارية.

ودراسة عن: البرامج الحوارية الدينية في التلفزيون النرويجي[3]، هدفت إلى التعرف على مدى متابعة الجمهور للبرامج الحوارية الدينية، ودورها في تناول القضايا الدينية، وقد كان من نتائجها: أن منتجي هذه البرامج يستضيفون المشاهدين كمقدمين أحيانا. كما أوضحت الدراسة: أن البرامج الدينية، وخاصة الحوارية، من أكثر البرامج التي تحظى بأعلى معدلات مشاهدة في التلفزيون النرويجي.

---

٣) Greendberg S. Bradley et al. "Daytime television talk show Guest. Content and interactions" Journal of Broadcasting and Electronic Media. Vol. 41, No. 3, 1997.

١) Marie Frisby. "when bad thing happen: The self-enhancing effect of watching television talk shows". Dissertation abstracts international. Vol. 59. No. 2A, 1997.

٢) Bjarne Amalt. "Gudesens conditiori: Re-evangelism on public television in Norway". Dissertation abstracts international. Vol. 37, No. 1, 1998, p 11.

كما هدفت دراسة عن: تأثير مشاهدة المراهقين للبرامج الحوارية بالتلفزيون[1]، إلى: التعرف على تأثير مشاهدة المراهقين للبرامج الحوارية بالتلفزيون، ومدى الفائدة التي تعود عليهم إثر مشاهدتها، ثقافيا واجتماعيا وسياسيا، وذلك على عينات من الطلاب تتراوح أعمارهم ما بين (٩- ١٨) سنة، وكان من نتائجها: أن حوالي ربع العينة لا يتابعون البرامج الحوارية في التلفزيون، كما أن الإناث يفضلن مشاهدة البرامج الحوارية أكثر من الذكور بنسبة قليلة .

وفي دراسة عن: التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي[٢]، هدفت إلى معرفة العلاقة بين تلك البرامج والوعي السياسي لدى طلاب الجامعات السعودية، كان من أهم نتائجها –بالنسبة للباحث- أن نسبة كبيرة من أفراد العينة ترى أن مضمون البرامج الحوارية ذات مستوى جيد ولكنها لا تساعدهم على التعرف بشكل أعمق على الشخصيات السياسية، كما أنها لا تعكس وجهات نظر الحكومات العربية أو المعارضة، كما أن وقت عرض تلك البرامج – في فترة السهرة- لا يتناسب وطبيعة تلك البرامج؛ إذ يفضلون في تلك الفترة البرامج المنوعة والترفيهية أكثر. مما يعني أن جمهور تلك القنوات ذو رأي ناقد تجاه تلك البرامج.

وفي دراسة عن: تعرض الصفوة لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية[٣]، هدفت إلى: رصد مدى تعرض قطاع من الجمهور المصري لهذه النوعية من البرامج وتقييمه لها، كان من أبرز نتائجها للباحث: وجود تأثير لنوع الجامعة على فكر المبحوث، وبالتالي على أحكامه على برامج الرأي، كما ثبت وجود تأثير لمستوى الدراسات العليا على مشاهدة برامج الرأي وعلى الحكم على هذه البرامج من حيث موضوعيتها ومساحة الحرية المتاحة فيها.

وفي دراسة أخرى عن: أساليب تقديم البرامج الحوارية، وعلاقتها بتعزيز المشاهدة[٤]، طبقت على فئات عمرية مختلفة، ومستويات تعليمية ومهنية متنوعة في المملكة، كان من أهم نتائجها: أن نسبة

---

٣) Stacy Davis, Marie Louiso. "Effects of talk show viewing on adolescents". Journal of Communication Vol. 48, No. 3, 1998, p. 69.

١) عبدالله الفردي، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية والوعي السياسي، رسالة دكتوراه- غير منشورة- كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام بجامعة الإمام، ١٤٢٩هـ.

٢) وليد فتح الله بركات، تعرض الصفوة لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد الرابع، يناير- ديسمبر ٢٠٠٣، ص: ٤٩.

٣) طارق ناصر الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، رسالة ماجستير – منشورة- كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام بجامعة الإمام،١٤٢٩هـ.

الـذين يـشاهدون الـبرامج الحوارية مـن إجمـالي جمهـور عينـة الدراسـة ٨٢.٤% مقابـل ١١.٨% لا يشاهدونها مطلقا، أما الذين يشاهدون أجزاء منها فبلغت نسبتهم ٦٣.٨%، أي ما يعادل أكثر من نصف العينة، كما استطاع كثير من أفراد العينة – التي تشاهد البرامج الحوارية- إبداء وجهة نظرهم في تفضيل الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدمو البرامج الحوارية، وكذلك إبداء الأسباب التي تعزز مشاهدتهم لحلقات البرامج الحوارية والعوامل المؤثرة في تفضيلهم لتلك البرامج، وذلك بدرجات مختلفة ومستويات متفاوتة[1]. وهذا يعني أن تلك الآراء تؤكد النظرة الناقدة لتلك البرامج وأن اختلاف وتنوع تلك الآراء قد يعكس اختلافاً في مستوى النقد كذلك.

موازنة الدراسة مع الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات المرتبطة بمتغيري الدراسة:

تتفق الدراسات السابقة في هذا الجانب مع هذه الدراسة في ربطها بين متغيري الدراسة والإشارة إلى إمكانية التأثير المتبادل بينهما، كذلك كون تلك الجهود المذكور البحثية تقوم بها مؤسسات وجمعيات متخصصة في مجال الاتصال والإعلام أو تنطلق منها. إلا أن هذه الدراسة ستركز على الربط المباشر بين هذين المتغيرين، من خلال دراسة العلاقة المتبادلة بينهما باستخدام مقاييس خاصة، وتطبيقها على الجمهور المستهدف، حيث يتوقع الباحث أن دراسة علاقة التعرض للبرامج الحوارية بمهارة التفكير الناقد، أحد المداخل المناسبة والمهمة لتعليم ثقافة الإعلام التي تنادي بها كثير من الجمعيات الإعلامية؛ وخاصة الغربية، التي تسعى لحماية الذوق العام والتركيز على أهمية انتقائية الفرد في تعرضه للإعلام بشكل عام، ويتضح ذلك الاهتمام بتطوير تدريس ثقافة الإعلام للطلاب لدى تلك المجتمعات والتي هي في واقع الأمر تطوير لمهارة التفكير الناقد الخاص بالتعرض لمحتوى وسائل الإعلام وخاصة البث الفضائي والتدريب عليها من خلال الإعلام نفسه، حيث يعد التعرض للنقاش، وتوليد الأفكار، والعصف الذهني من أهم الأساليب التي تساعد على تنمية تفكير الأفراد؛ خاصة ما يتعلق بالتفكير الناقد، لأنها تتيح لهم الفرصة لأن يسمعوا أفكار الآخرين وأن يبنوا عليها أفكاراً جديدة[2]،

---

١) انظر في تفاصيل هذه النتائج في المبحث الأول/ المطلب الثالث.

٢) Huitt. W. G. Metacognition. Retrieved 15-1-2002 from: Http; Chiron. Valdosta. Edu- whuitt- col-cogsys-metacogn.Html,(1997)

فضلاً عن تنمية مهارات أخرى أساسية للتفكير: كمهارات الاستماع، والإقناع، والانتباه، ومعرفة أساليب الحوار.

ثانياً: الدراسات المرتبطة بمهارة التفكير الناقد:

تشير الدراسات السابقة في هذا الجانب إلى الفروق الفردية في مهارة التفكير الناقد تبعاً للفروق في بعض السمات العامة المختلفة، والتي يتوقع الباحث أن تلقي بظلالها على كثير من السلوكيات العامة- والتعرض للبرامج الحوارية، تحديداً، واحداً من أهمها-، وقد يميز موضوع الدراسة هذا، كون جميع الدراسات -خاصة العربية-، التي تناولت مهارة التفكير الناقد مع كثير من المتغيرات في حقل الدراسات النفسية والقياس النفسي، اهتمت بكيفية تنمية تلك المهارة في نطاقات ضيقة وظروف تدريبية مركزة، يصعب معها التعميم، ولم تشر إلى تأثير تلك المهارة على بعض السلوكيات المهمة والمرتبطة بها؛ كالسلوك الاتصالي من خلال أنماط التعرض للبرامج الحوارية، تحديداً، التي تتميز عن غيرها في اعتمادها على المستوى الفكري أثناء مرحلة الاتصال أو التعرض، والتي يتوقع الباحث أن تقود نتائجها إلى الفهم بشكل أكبر للكيفية التي يتعرض بها الجمهور لتلك البرامج، وقد يعود ذلك إلى بعد التخصصين على الرغم من ارتباط المتغيرين ببعضهما، مما سيعطي لهذه الدراسة إضافة بعد لتأثير أنماط التعرض لتلك البرامج بأحد أهم السمات الفردية ذات العلاقة، والتي تمثل أحد أهم المداخل والاتجاهات الحديثة في دراسات الجمهور، بإذن الله .

ثالثاً: الدراسات المرتبطة بالتعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية:

تتفق بعض الدراسات السابقة مع هذه الدراسة في بعض الجوانب؛ منها: اهتمام فئة الشباب بتلك البرامج، وأن بها ما يثير وينشط التفكير- كطبيعة بعض القضايا الحيوية المطروحة فيها- غير باقي المواد الأخرى، التي -غالباً - ما ترتبط بالخيال ويقل الحس النقدي أثناء التعرض لها، كما تتفق، أيضا، في تقسم الجمهور الذي يتعرض لبعض من تلك البرامج التي تستخدم الاستمالات العاطفية إلى جمهور يتأثر بتلك الاستمالات، وآخر لا يتأثر، حيث تتوقع هذه الدراسة أن العامل الفارق بين هذين النوعين من الجمهور؛ هو من يمتلك مهارة التفكير الناقد، أو الحس النقدي كما تشير إليه خصائص المفكر الناقد في أدبيات التفكير الناقد.

ولكن، ما تتميز به هذه الدراسة، عن الدراسات السابقة في هذا الجانب، هو: ربطها أنماط التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية بأحد أهم السمات الفردية ذات العلاقة بهذا

النوع من التعرض، والمتمثلة في: مهارة التفكير الناقد، ومثل هذا الربط يعد من الاتجاهات الحديثة في دراسات الجمهور، لاسيما وأن طبيعة تلك البرامج -بأبعادها الفنية المختلفة وطريقة إعدادها وتقديمها- تفترض أهمية إعداد خطابها على المستوى الفكري القائم على تقديم الحجج والأدلة المقنعة، والتي يتوقع الباحث ارتباطها بقدرة المتلقي الفكرية على تقييم ونقد ما يقدم له، بالإضافة إلى احتمالية التأثير العكسي من التعرض لتلك البرامج إلى زيادة الخبرة النقدية أو الحس النقدي، وبالتالي تنمية مهارة التفكير الناقد من خلال التعرض لها والنقاش حول موضوعاتها. كذلك، تتميز هذه الدراسة عن كثير من الدراسات السابقة بتركيزها على فئة الشباب من طلاب الجامعة، تحديداً، والتي تعد أهم شرائح المجتمع التي قد تتأثر بالتعرض لبعض البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية أكثر من غيرها، كون هذه الفئة في فترة عمرية تتباين فيها الفروق الفردية في الحس النقدي في كثير من المواقف، حيث يتوقع الباحث أن من بينها: الموقف الاتصالي، المتمثل في التعرض للبرامج الحوارية، تحديداً .

الإضافة العلمية التي تسعى الدراسة لتحقيقها:

تتواكب هذه الدراسة مع التطور الحاصل في دراسة الجمهور الحديثة، التي تتجه نحو التركيز على السمات الاجتماعية والنفسية أو الفردية، وذلك لعدم كفاية الأبعاد التفسيرية لبحوث تركيب الجمهور، أو المسوح الروتينية التي كانت تركز على الفئات الرئيسية للسمات العامة فقط، حيث أصبح من الضروري التوسع في دراسات الجمهور من خلال منظور الفروق الفردية أو الاجتماعية ذات العلاقة، بجانب السمات العامة في الاتجاه إلى رسم صورة متكاملة لهذا الجمهور لدى الوسيلة الإعلامية أو القائمين بالاتصال فيها، تكون دليلاً لاختيار المحتوى وطريقة تقديمه إلى الأفراد، هذا من جانب.

ومن جانب آخر، تعد مهارة التفكير الناقد أحد أهم الفروق للسمات الفردية تلك، وتتناسب مع موضوع الدراسة هذا، خاصة لدى الشباب في المرحلة الجامعية، التي من أهم أهدافها وبرامجها التعليمية الحديثة: إعداد شباب قادر على النقد والملاحظة والتأمل، بدلاً من التسليم بالمعلومات كما هي دون نظرة فاحصة. ولذا، يتوقع الباحث أن لهذه السمة أثراً مباشراً في الكيفية التي يتعرض بها الشاب في هذه المرحلة؛ خاصة للبرامج الحوارية التلفزيونية الموجهة في أحيانٍ كثيرة، والتي تقوم بشكل رئيس على تقديم الحجج والمعلومات ومعالجتها بطرق مقنعة للبعض، مستخدمة كافة المهارات

والوسائل الاتصالية المتاحة ؛ إذ لا يقف عند الجاد من تلك البرامج إلا من يمتلك قدرا من مهارة التفكير الناقد، التي يتصف صاحبها بعدة خصائص، مثل: القدرة على الملاحظة، والنقد الموضوعي، والاكتشاف، مع تقبل آراء الآخرين، وفحصها، ومناقشتها قبل إصدار الأحكام عليها أو التسليم بها[1]، خاصة في وقت لم يعد كافيا للوقوف أمام كثير من البرامج الحوارية الإعلامية الموجهة، والتي تمثل لغة الإعلام الفضائي اليوم، عدا عقلية المتلقي وثقته بنفسه أمام كثير من الدعايات والشعارات المشبوهة .

ويعد موضوع من الدراسات القليلة التي تحاول الجمع بين هذين المتغيرين، إذ لم يجد الباحث سوى بعض الدراسات الأجنبية الحديثة التي طرقت هذا الموضوع بشكل متكامل، وقد أوصت تلك الدراسات بأهمية البحث في هذا المجال المهم؛ كجمعية الصحافة والإعلام البريطانية (AEJMC)[2].

---

١) عبدالرحمن الغامدي، التفكير الناقد في ضوء بعض المتغيرات الدمغرافية، مرجع سابق، ص:٦٥.

(٢) Ruminski. H. Hanks. W. (1995). Critical thinking lacks definition and uniform Evaluation criteria. Journalism and Mass Communication Educator. 50(3) .4-10

الفصل الأول

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول

التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

تمهيد

يتناول الباحث في هذا المبحث ما يتعلق بالتعرض للقنوات الفضائية العربية وبرابجها الحوارية ، وذلك من خلال ثلاثة مطالب هي على النحو التالي :

المطلب الأول : التعرض للقنوات الفضائية العربية وبرابجها الحوارية ، ويتعرض الباحث من خلاله مفهوم التعرض للقنوات الفضائية أو التلفزيونية عموماً، بالإضافة إلى الأصول النفسية لمفهوم التعرض ثم يستعرض من خلاله أيضاً إلى التعرض للقنوات الفضائية العربية وبرابجها الحوارية في الدراسات العربية من خلال متغيرات التعرض التالية (أنماط التعرض – التفضيل – دوافع التعرض – الآثار الناتجة من التعرض) .

المطلب الثاني : ويتناول فيه الباحث جمهور القنوات الفضائية وبرابجها الحوارية من خلال تعريف جمهور القنوات الفضائية وخصائصها وسماتهم ويستعرض أيضاً من خلال خصائص الجمهور في الدراسات العربية .

المطلب الثالث : ويتناول البرامج الحوارية في القنوات الفضائية ، حيث يتناول فيه مفهوم الحوار وأهميته ، والحوار في الإسلام ، ثم يعرض من خلاله مجموعة تعاريف أو مفاهيم للبرامج الحوارية التلفزيونية ، ثم يذكر تصنيفات البرامج الحوارية وأنواعها .

المطلب الرابع : ويتناول عوامل نجاح البرامج الحوارية التلفزيونية ، كما يتطرق للإشباعات في البرامج الحوارية وأخيراً يستعرض البرامج الحوارية في الدراسات الإعلامية .

المطلب الأول
التعرض للقنوات الفضائية العربية وبرامجها الحوارية

أولاً: مفهوم التعرض للقنوات التلفزيونية:

بعد مراجعة الباحث للدراسات والبحوث المتعلقة بالتعرض للتلفزيون عموماً – لإيجاد صيغة تعريفية– وجد أن التعرض مفهوم عام يرتبط بمعان متعددة تحدد صفته، وذلك حسب موضوع البحث وأهدافه ضمن ما يسمى بحوث التعرض الجماهيري، وقد أورد الباحث بعض من تلك الأوصاف على النحو التالي:

– **تكرار التعرض**: ويعني قياس حجم الجمهور الذي يعيد المشاهدة للبرنامج مرات عديد، ويتم ذلك عن طريق البحوث الميدانية على الجمهور الذي يشاهد برنامج في حالة عرضه في عدد من الحلقات.

– **وقت التعرض**[١] : وهو قياس وقت المشاهدة، أي وقت الذروة للمشاهدة، أو الوقت الذي يكون فيه المشاهد في حالة "تعرض" للبرنامج.

– **مدة التعرض**: ويقصد بها كمية الوقت الذي يتعرض فيه المشاهد لشكل من أشكال البرامج بالساعة في الأسبوع.

– **اعتياد التعرض**[٢] : ويعني الكشف ميدانياً عن المعدل الاعتيادي للتعرض للتلفزيون محسوباً بالدقيقة أو الساعة.

– **أنماط التعرض**: وتشير – في العادة– إلى أماكن وأوقات التعرض ، بالإضافة إلى كثافة التعرض وحالته (كونه تعرضاً فردياً أو جماعياً)[٣]. في حين أن دراسات أخرى تستخدم كلمة نمط لتقسيمات أخرى كالتي تقسم التعرض بناءً على حجم العائد من التعرض، مثل: نمط التعرض المفيد ، ونمط التعرض بحكم العادة[٤].

---

١) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، مرجع سابق، ص: ٧٠.

٢) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، مرجع سابق، ص: ٧٠.

٣) صالح أبو اصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة،(دار آرام للنشر: الأردن،ط ٤ ، ٢٠٠٤)،ص: ٢١٥.

٤) جيلان شرف، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي، مرجع سابق، ص: ٨٠.

- **متغيرات التعرض**: ويشير هذا الوصف للتعرض إلى أنواع بحوث التعرض الجماهيري، حيث تقسم دراسات بحوث التعرض الجماهيري حسب متغيراتها إلى ستة أنواع[1] رئيسية، هي:

أ- متغيرات الخصائص الفردية: والتي تشير إلى أن الأفراد قد يتشابهون إلى حد كبير في أنماط تعرضهم للتلفزيون.

ب- متغيرات التركيز على الوسيلة والانتباه لمحتواها: ولأهمية هذا المتغير يُعِدهُ بعض الباحثين بديلاً لمفهوم التعرض ذاته.

جـ- متغير البرامج المفضلة: أي نسبة التعرض للبرامج المفضلة.

د - متغير الحاجة للمادة المعروضة ودوافع التعرض: والذي يرتبط بأبرز النظريات في استخدام الجمهور لوسائل الإعلام "الاستخدام والإشباع".

هـ- متغير مجموعة التعرض: والذي يشير إلى القرار الجماعي في عملية التعرض.

و - متغير التعرض الموروث: وهو ما يورّثه التعرض للبرنامج من تعرض للبرامج التي تليه.

كما أن هناك متغيرات أخرى، تتأثر بها عملية التعرض عموماً مثل متغير اللغة، ومصدرها، بالإضافة إلى متغير تعدد خيارات القنوات التلفزيونية[2].

- عمليات التعرض[3]: والتي تتكون من التعرض الانتقائي، والإدراك الانتقائي، والتذكر الانتقائي، والتي تشير إليها نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام.

وبعد استعراض الباحث لتلك المصطلحات التي ترتبط بمفهوم التعرض للتلفزيون يعرف الباحث التعرض بأنه: مفهوم نظري-غير مستقل- يصف حالات من استخدام الجمهور للوسيلة (التلفزيون) أو محتواها ضمن دراسات الجمهور ونظرياته وارتباطه بمتغيرات أخرى.

كما يعرفه إجرائياً بأنه: التعرض الذي يشمل أنماط ومتغيرات[4] وآثار التعرض للقنوات الفضائية العربية وبرامجها خاصة البرامج الحوارية.

---

١) محمد الحيزان، البحوث الإعلامية، (مكتبة الملك فهد، الرياض،ط٢ ، ٢٠٠٤) ص ص:١٧٠-١٧٣ .

٢) محمد الحيزان، البحوث الإعلامية، مرجع سابق ، ص: ٧٤.

٣) محمد عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مرجع سابق، ص : ٤١

٤) صنفت بعض دراسات التعرض الإعلامية خاصة التلفزيون متغيرات التعرض إلى عدد من المتغيرات مثل: متغيرات الخصائص الفردية، ومتغير التركيز على الوسيلة والانتباه لمحتواها، ومتغير البرامج المفضلة، ومتغير الحاجة للمادة المعروضة، ومتغير مجموعة التعرض، ومتغير التعرض الموروث.

ثانياً: الأصول النفسية لمفهوم التعرض:

إن أهم ما يميز مفهوم التعرض والإشباع عن غيره من المفاهيم والأطر النظرية الأخرى في مجال الاتصال الجماهيري: اهتمامه ومعالجته لمفهوم التأثير الوظيفي غير المباشر لوسائل الاتصال وتركيزه على دور العوامل والمتغيرات النفسية للأفراد التي تتدخل في عملية التأثير من خلال اهتمامه بدور الدوافع والميول والاحتياجات والبواعث النفسية، وتأكيده على أن أفراد الجمهور يستخدمون وسائل الاتصال ويتعرضون لمحتوى رسائلها في إطار المتغيرات النفسية وعلى أساس من الدوافع والميول والأهداف النفسية، كما يؤكد على أن أولئك الأفراد يتعرضون للمحتوى الذي يتلاءم مع إطارهم النفسي وينسجم مع متغيراته وينفرون منه، أو لا يعيرون اهتماما للمحتوى الذي لا يلبي احتياجاتهم النفسية ويعمل على إشباعها. بل إن كلابر Klapper (١٩٦٠م) يؤكد على أن وسائل التواصل الجماهيري تستخدم في معظم الأحيان لتدعيم الاتجاهات النفسية والقيم الفردية في إطار من الدوافع النفسية التي تتأثر بعدة متغيرات مثل: الفروق الفردية، ومتغيرات الشخصية، والتركيبة الذهنية، والخبرات والتجارب السابقة. كما يرى كاتز katz (١٩٥٩م) أنه مهما كانت جودة المضمون فإنه لن يؤثر على الفرد الذي يستخدم الرسالة الاتصالية ويتعرض لمضمون الاتصال دون أن يربطها بيئته النفسية والاجتماعية.[١]

وكان لظهور مفهوم الإدراك الانتقائي الذي يرتكز على الفروق الفردية دور في إبراز تباين أفراد الجمهور في طبيعة تعرضهم لوسائل الاتصال الجماهيري وتمايزهم في معايير انتقائهم لمحتوى رسائلها، الأمر الذي يؤكد على دور العوامل النفسية في إيجاد وتكوين وبروز دوافع واحتياجات عديدة متنوعة ومتباينة، وبالتالي يؤكد على إسهام هذه العوامل في تحديد أصول كثير من استخدامات وسائل الاتصال.[٢] فقد وضعت الدراسات المبكرة في مجال الاستخدام والإشباع هذه العوامل بعين الاعتبار، والتي من بينها تأثيرات الفروق الفردية التي تشتمل على مجموعة العوامل والمتغيرات النفسية؛ كالدوافع والميول، واعتبارها من أهم العوامل والمتغيرات المرتبطة باستخدامات وسائل الاتصال والتعرض لمحتوى رسائلها، ويشمل ذلك: الدوافع النفسية الفردية ومعايير الاختيار من بين الوسائل والانتقاء من بين محتوى الرسائل، ونمط الاستخدام والتعرض، وقدرة الفرد النفسية والعقلية على فهم وإدراك وتفسير المحتوى، وكذلك قدرته على تحقيق المنفعة من خلال التعرض للمحتوى على المستوى الفردي.[٣]

وفي دراسة استهدفت الكشف عن العلاقة بين حالات الشرود والتشتت الذهني وهواجس الخيال التي تنتاب بعض الأفراد واستخدام وسائل الاتصال؛ وجد الباحث أن هناك علاقة بين مستوى

---

١) Donohew,L., Palmgreen, P., and Rayburn, J., op. Cit, p. 274

٢) مساعد عبدالله المحيا، دوافع إستخدام وسائل الإتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه ، دراسة ميدانية على عينة للمجتمع السعودي ، الرياض : رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الإمام محمد بن سعود ، ١٩٩٤، ص١٢١ .

١) حسن عماد مكاوي، استخدامات التلفزيون وإشباعاته مرجع سابق، ص: ١٠٠.

الشرود الذهني والتشتت العقلي المنخفض الذي يصاحبه مستوى عالٍ من النشاط العقلي وبين التعرض لمحتوى المعلومات في التلفزيون، كما وجد الباحث أيضاً أن الحالات النفسية المرتبطة بهواجس أحلام اليقظة العاطفية والأفكار التي تنتاب بعض الأفراد والمشاعر التي تستبد بهم وتتسلط عليهم على نحو مقلق غير سوي ترتبط بمستويات متدنية من القراءة للمحتوى المعلوماتي في الوسائل المطبوعة

وخلص إلى أن الأفراد الذين يتعرضون لمستويات عالية من محتوى الخيال والإثارة ويستخدمون وسائل الاتصال من أجل إشباع الحاجة إلى الاستثارة والإيقاظ العاطفي هم الأفراد الأكثر احتمالا أن يكون لديهم مستويات عالية من الخيال المفرط الذي يعكس عالمهم الداخلي غير السار، والذي يعبرون عنه من خلال الحصول على إشباعات الحاجة إلى الاستغراق النفسي والانهماك العاطفي والانشغال بمحتوى الخيال الذي تقدمه وسائل الاتصال.[1]

وتشير بعض الدراسات إلى أن فاعلية وكفاءة الاتصال لدى الأفراد تتضمن ثلاثة عناصر رئيسية، (على المستوى الفردي والنفسي)، وهي: المعرفة، والعاطفة والأداء أو السلوك والتي تعبر عن نمط السلوك الاتصالي وما يرتبط به من استخدام وتعرض وارتباط وانشغال سواء المعرفي الإدراكي العقلاني أو العاطفي النفسي، وهي الرؤية التي تتفق مع رؤية إيرفينج جوفمان (١٩٨١م) حول كفاءة وفاعلية الاتصال لدى الأفراد، واللتان يمكن من خلالهما حصر نمط السلوك الاتصالي للأفراد والهدف الذي يوجهه، وكيفية أداء الوسيلة التي من خلالها يتم القيام به، والمنفعة أو الفائدة المترتبة على القيام بذلك السلوك أو النشاط الاتصالي؛ وذلك وفق النمطين التاليين:[2]

١) نمط الاستخدام والتعرض والارتباط والانشغال المعرفي العقلاني، وهو ذلك النمط الذي ينطوي على تحقيق منفعة أو فائدة للمتلقي وموجه لتحقيق هدف معين يتمثل في الحصول على إشباعات نفعية جوهرية، مثل: أن يستخدم الفرد وسيلة الاتصال من أجل الحصول على المعلومات التي تساعده على مراقبة البيئة المحيطة ومعرفة ما يدور حوله من ظواهر وأحداث، أو بهدف التحكم في ظروف ومتغيرات البيئة الاجتماعية أو السياق الاجتماعي. وهذا النمط من الاستخدام والتعرض يتميز به أولئك الأفراد الذين لديهم اتجاهات ودوافع نفسية إيجابية نحو البيئة الاجتماعية القادرين على التحكم فيها ومواجهة مشكلاتها والتغلب على ظروفها ومتغيراتها النفسية والاجتماعية والتكيف معها ويتمتعون

---

٢) علي سعد العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات الفضائية، مرجع سابق ١٥٧.

١) على سعد العتيبي مرجع السابق، ٥١-٦١.

بالاستقرار العاطفي والاتزان النفسي الذي يؤهلهم إلى تصويب اهتمامهم لكل ما هو خارج عن الذات؛ من خلال المشاركة الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي حيث يعتبرون من الأفراد النشطين اجتماعيا الذين يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف تجلب الفائدة والمنفعة لهم من خلال التعرض للمحتوى الذي يحمل في طياته قيمة معينة تحقق الإشباعات المطلوبة لهؤلاء الأفراد، وهذه الخصائص التي يتصف بها أصحاب هذا النمط تتشابه إلى حد كبير مع خصائص من يمتلكون مستوى عالٍ من التفكير الناقد .

٢) نمط الاستخدام والتعرض والارتباط والانشغال النفسي والعاطفي، وهذا النمط أقل فائدة ومنفعة للمتلقي، كما أنه في الغالب غير موجه لتحقيق هدف معين، ويتجسد في ذلك النمط من الاستخدام والتعرض العرضي العابر والارتباط النفسي والانشغال العاطفي بالمحتوى الذي لا ينطوي على قيمة حقيقية تؤدي إلى الحصول على إشباعات جوهرية تجلب المنفعة والفائدة للمتلقي، بل تحقق إشباعات عابرة؛ كأن يتعرض الفرد لمحتوى الترفيه والخيال من أجل إشباع الحاجة للهروب أو التخلص من القلق وتخفيف التوتر والراحة والاسترخاء. وهذا النمط من الاستخدام والتعرض يعتبر سمة أولائك الأفراد غير النشطين اجتماعياً ولديهم نزعة أو اتجاه نفسي أقل إيجابية نحو البيئة الاجتماعية ومظاهر النشاط أو التفاعل الاجتماعي. كما أنه في الغالب يعتبر سمة أولئك الأفراد الذين يفتقرون إلى الاتزان النفسي والاستقرار العاطفي ويعانون من سواء التكيف والتوافق والانسجام وتدني مستويات الثقة والاعتزاز بالنفس وتقدير الذات، ويميلون إلى العزلة والانطواء والانكفاء على الذات والانسحاب إلى داخل أنفسهم ويصبون اهتمامهم على مشكلاتهم الشخصية التي تصرفهم عن الاهتمام بالبيئة الاجتماعية؛ من خلال التعرض المكثف لمحتوى الترفيه والخيال والارتباط النفسي والانشغال العاطفي بشخصيات ونماذج ذلك المحتوى، وأصحاب هؤلاء النمط من التعرض تتشابه خصائصهم الشخصية والنفسية مع الخصائص الشخصية لمن يمتلكون مستوى منخفض للتفكير الناقد.

ثالثاً: التعرض للقنوات الفضائية العربية وبرامجها الحوارية في الدراسات العربية:

جاءت معظم تلك الدراسات على فئة الشباب الجامعي المماثلة لعينة الدراسة مما يفيد من نتائجها للإجابة على تساؤلات البحث الخاصة بفئة الشباب في الجزء النظري، بالإضافة إلى توظيفها أثناء المناقشة في الجز التطبيقي للدراسة.

كما وجد الباحث أن دراسات التعرض للتلفزيون والقنوات الفضائية تنطلق من منطلقات نظرية متعددة؛ وذلك حسب موضوعات دراسات الجمهور وأهدافها، لذا وجد الباحث التنوع في الأطر النظرية لتلك

الدراسات، مثل: نظرية الاعتماد ، والفجوة المعرفية، والاستخدامات والاشباعات، مما أعطى تنوعاً في عرض متغيرات التعرض وأنماطه وآثاره، على النحو التالي:

١- أنماط التعرض للقنوات الفضائية، والبرامج الحوارية:

في دراسة عن التلفزة والوعي التنموي على عينة عنقودية من الفئة العمرية من ١٥-٤٩ سنة ذكوراً وإناثاً، كان من أهم نتائجها بالنسبة للتعرض للتلفزيون عموماً ما يلي: ٦٧% من فئة الشباب يتعرضون للتلفزيون دائماً، في حين أن ٢٤% منهم يتعرضون له أحياناً و٩% لايتعرضون له أبداً، وتتركز نسبة التعرض للتلفزيون دائماً في فئة المثقفين وحملة الشهادات أكثر من غيرهم[١].

وفي دراسة عن علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون (دراسة مسحية) على عينة من طلبة جامعة القاهرة (القسم العلمي والنظري) كان من نتائجها: أن حجم التعرض للتلفزيون المصري بلغ من تعرض متوسط إلى كثيف، وكانت النسبة الأكبر لطلاب القسم النظري، وفيما يتعلق بمتغير مجموعة التعرض كانت النسبة الأكبر للتعرض مع الأسرة بفارق كبير مقارنة بالتعرض مع الأصدقاء .[٢]

كما قام المنيس[٢] بدراسة ميدانية عن "أنماط المشاهدة التلفزيونية في دولة الكويت" ووجد أن ٧٣% من الكويتيين يشاهدون التلفزيون بانتظام، وأن ١٦% يشاهدونه لأكثر من خمس ساعات يومياً، و١١% يشاهدونه يومياً لأكثر من ٣ ساعات وأقل من ٥ ساعات.

وفي دراسة بعنوان: "العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوى معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الإنجلو أمريكية على العراق"، هدفت إلى التعرف على العلاقة بين حجم تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام المختلفة ومستوى معرفتهم بأحداث الحرب الإنجلو أمريكية على العراق، طبقت على ٢٢٥ طالب وطالبة من كليات نظرية وعلمية بجامعة المنيا، كان من نتائجها: أن ٣٤% من حجم العينة، حجم تعرضهم للتلفزيون مرتفع و٥٠% متوسط و١٦% منخفض، كما اتضح من نتائج الدراسة

---

١) فريال مهنا، التلفزة والوعي التنموي في سوريا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣ ديسمبر ١٩٩٨م، ص ص، ١٨٨-١٩٤.

١) عادل فهمي البيومي، علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون "المجلة المصرية لبحوث الرأي العام – العدد الرابع – أكتوبر/ ديسمبر، ٢٠٠٠ ص ص ٨٨-١١٠.

٢) Al-menayes,J. Television viewing Paternalism: The State of Kuwait after the Iraqi , invasion. Gazette. Vol.(1996).57,PP.121-134.

أن ٦٨% من العينة يتعرضون للقنوات الفضائية، منهم ٢٤% معدل تعرضهم مرتفع، و٣٤% متوسط و٣٣.٥% منخفض.[٣]

وفي دراسة تناولت التعرض للقنوات التلفزيونية، طبقت على عينة تتكون من ٧٩١ مفردة من الجامعة الأردنية. أوضحت الدراسة انخفاض مشاهدة البرامج التلفزيونية المحلية مقابل البرامج المستوردة.[٤]

وفي دراسة وصفية بعنوان: "استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها"[١]، هدفت إلى معرفة عدد من التساؤلات حول التعرض للقنوات الفضائية والمحلية، مثل: أنماط التعرض ودوافعه وإشباعاته وعلاقته بالسمات العامة لأفراد المجتمع السعودي، كان من أهم النتائج:أن القنوات الفضائية من أهم المصادر الإعلامية التي تحظى بانتشار وتعرض واسعين في المجتمع السعودي، حيث أظهرت النتائج أن أكثر من ٨٠% يتعرضون للقنوات الفضائية، ٥٠% منهم يتعرضون لها بصفة منتظمة يوميا(بمعدل ساعة إلى خمس ساعات) على مدار الأسبوع، ويحظى يوما نهاية الأسبوع بمعدل تعرض أكثر من بقية الأيام، وكان أكثر الأوقات تعرضاً هي الأوقات المفتوحة، ثم فترة السهرة(١٠ مساءً -٢ بعد منصف الليل)، ثم الفترة المسائية من (٦-١٠)، كما تبين تفوق نمط التعرض الجماعي على التعرض الفردي، وكانت النسبة الأكبر للتعرض بصحبة العائلة في المنزل.

وفي دراسة عن الفضائيات والإنترنت في دول مجلس التعاون حسب عينة مكونة من طلاب المتوسط والثانوي، وجد الباحث أن معدل مشاهدة الفضائيات ٢,٧ ساعة يومياً.[٢]

.وفي دراسة حول استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباعات المتحققة، وجد الباحث ارتفاعاً في معدلات مشاهدة الفضائيات الغنائية لدى الشباب في مصر، ويمثل المتوسط

---

٣) وفاء ثروت، العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوى معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية على العراق، "المجلة المصرية لبحوث الإعلام – العدد العشرون، يوليو/ سبتمبر٢٠٠٣" ص ص: ٦٥-١٢٦.

٤) محمد القضاة، "أثر البرامج المستوردة على الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على شباب الجامعة الأردنية، دراسات، مج ٢٦، العدد١، ١٩٩٩م

١) علي بن سعد العتيبي، استخدام الجمهور للقنوات الفضائية وإشباعاتها، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض، ٢٠٠٤م، ص: (و- ز).

٢) ذوقان عبيدات "الفضائيات والإنترنت" مكتب التربية العربية لدول الخليج" ٢٠٠٣م، ص٩٧.

أكثر من ٩٠% من الشباب في الجامعات الخاصة والحكومية، كما وجد أن المشاهدة الجماعية مازالت النمط الشائع بين الشباب سواء أكان ذلك مع الأسرة أم مع الأصدقاء.[1]

وأبانت دراسة بعنوان "تعرض الجمهور السعودي لبرامج المسابقات الثقافية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية" باستخدام عينة من سكان مدينة الرياض،[2] أن فئة المشاهدة من ساعة لساعتين تحتل المرتبة الأولى بنسبة ٣٧% تقريباً، تليها فئة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة ٢٨%، ثم من ساعتين لثلاث ساعات بنسبة تقارب ٢٦%.

وفي دراسة مسحية تناولنا عادات التعرض للبرامج الحوارية على عينة من الجمهور السعودي[3] **خلصت نتائجها إلى ما يلي:**

يشاهد طلاب/ طالبات المرحلة الجامعية البرامج الحوارية بعض أيام الأسبوع ما نسبته ٣٤%، وطيلة أيام الأسبوع ٦٦%، كما أن ١٤% منهم يتعرضون لها خلال اليوم الواحد أقل من ساعة، و٥٤% منهم أيضاً يتعرضون لها من ساعة إلى ثلاث ساعات تقريباً، و٣١% يعدون كثيفي التعرض لها خلال اليوم الواحد: ويقضون معها مدة تتراوح من ثلاث ساعات إلى أكثر من خمس ساعات يومياً.

كما أن النسبة العظمى من طلاب/ طالبات المرحلة الجامعية ٦٤% يفضلون مشاهدتها خلال الفترة المسائية من السادسة وحتى العاشرة مساءً، وعن المكان المفضل لمشاهدتها وجد أن ٧٩% من الذكور يفضل مشاهدتها في المنزل مقابل ٩٩% من الإناث، و٢١% من الذكور يفضل مشاهدتها في أماكن أخرى مقابل ١% من الإناث.

وأثبت غريب ، في دراسته "دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات" من خلال عينة بلغت "٤٠٠ مفردة" على طلاب وطالبات جامعة الزقازيق بمصر، أن ٤٥% من الطلاب في الكليات النظرية والعلمية يتعرضون للبرامج الدينية يومياً ما بين ساعتين

---

٣) محمد محمد، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباعات المتحققة، ص ص ٨٤٠ – ٨٤٤.

٤) عماد الحمود، تعرض الجمهور السعودي لبرامج المسابقات الثقافية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية" رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٥، ص ص ٩٤ – ١٠٢.

١) طارق الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية ، مرجع سابق .

لثلاث ساعات، وأكد ٤٣% من الطلاب مقابل ٥٦% من الطالبات أنهم يشاهدون دائماً وبانتظام البرامج الدينية في القنوات الفضائية.[١]

كما أوضحت إحدى الباحثات في دراسة على المجتمع المصري [٢] أن الشباب يشاهدون البرامج الحوارية دائماً بنسبة ١٨% وأحياناً ٦٩.٥%.

وفي دراسة تمثلت في عينة من جامعة اليرموك بلغت ١٠٨٩ طالباً وطالبة موزعين على مجموعة من الكليات، وجد الباحث أن ٦٥% من الشباب يستخدمون الفضائيات بشكل مرتفع إلى متوسط، ومن خمسة أيام إلى ثلاثة في الأسبوع، ووجد أن ٢٤% من أفراد العينة يقضون أكثر من أربع ساعات يومياً في المشاهدة الفضائية.[٣]

من العرض السابق نجد تعرض الجمهور من فئة الشباب للقنوات الفضائية العربية دائما وبانتظام، تراوح في كثير من الدراسات ما بين٧٠% إلى ٩٤% ،كما أن متوسط تعرض الفرد في اليوم الواحد بلغ ساعتين وأكثر. هذه الأنماط تشير إلى أن التلفزيون وكما هو معروف أداة للتسلية والترفية بالدرجة الأولى، ويؤكد ذلك الأوقات التي يتعرض فيها الشباب حيث كانت في الغالب في فترة السهرة (من ١٠ مساءً – ٢ بعد منتصف الليل) والتي يخصصونها عادة للراحة، وكذلك ما جاء في الأيام التي يتعرضون فيها للقنوات الفضائية العربية حيث جاءت طيلة أيام الأسبوع. وأما عن نمط التعرض الجماعي فكان في معظم الدراسات مع الأسرة في المنزل؛ خاصة لدى الإناث ومع الأصدقاء خارج المنزل خاصة لدى الذكور، وهذا يشير إلى أن قرار الاختيار في التعرض لبرامج ومواد القنوات الفضائية بهذا النمط يكون من خلال قائد وسط مجموعة متجانسة إلى حد ما . كما أشارت عدد من الدراسات العربية إلى أن الشباب السعودي الجامعي أكثر تعرضاً للقنوات الفضائية العربية من بعض الدول العربية الأخرى، في حين يتعرض الشباب الجامعي في بعض الدول العربية للقنوات الأجنبية بشكل أكثر، وفي بعض الدول العربية الأخرى المحلية بشكل أكثر.

---

٢) محمد غريب، "دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، م٦، العدد٢، ٢٠٠٥م، ص ص ٤١٣ – ٤٤١.

٣) إيمان دوابة، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية في ترتيب أوليات قضايا الطفولة، مرجع سابق، ص ٣٥.

١) تحسين منصور، "الفضائيات الأجنبية: استخداماتها وتأثيراتها المحتملة على الشباب الأردني: شباب جامعة اليرموك نموذجاً، دراسات، ٢٠٠٢م، ص ص ٤٨١ – ٤٨٤.

٢- تفضيل القنوات والبرامج التلفزيونية:

في دراسة عن التلفزة والوعي التنموي على عينة عنقودية من الفئة العمرية من ١٥-٤٩ سنة ذكوراً وإناثاً، كان من أهم نتائجها بالنسبة للتعرض للتلفزيون عموماً ما يلي: يفضل فئة الشباب التعرض للبرامج الحوارية عن القضايا التنموية أكثر من أي نوع من البرامج الحوارية الأخرى بنسبة بلغت ٣١%.[١]

وأظهرت نتائج دراسة أخرى، عن تفضيل البرامج أن البرامج الدينية تأتي أولاً ثم يتبعها البرامج الإخبارية. وأكد ٧٢% من المبحوثين حرصهم على متابعة القنوات التلفزيونية غير المحلية بحثاً عن الأخبار والمعومات الإعلامية.[٢]

وفي دراسة أجريت في الكويت على عينة قوامها ١٦٠ مفردة تتكون من ٥٠% مصريين، و٥٠% كويتيين، أظهرت النتائج أن أهم البرامج المفضلة للجمهور هي المسلسلات، إذ ذكر ذلك ما يقارب من ٧٩%، الأفلام العربية ٧٦%، فالبرامج الثقافية ٦٨%، فالمنوعات ٦٥% [٣].

وفي دراسة عن علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون (دراسة مسحية) على عينة من طلبة جامعة القاهرة (القسم العلمي والنظري) كان من نتائجها: فيما يتعلق بمتغير المادة المفضلة كانت البرامج المتنوعة أولاً يليها برامج الدراما ثم المواد الإخبارية، وهذا يشير إلى أن التلفزيون أداة للترفيه أكثر من أي شيء آخر كما استطاعت هذه الدراسة أن تثبت الفرض الذي ينص على أنه توجد علاقة إحصائية بين التعرض كماً وكيفاً لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية، الوطنية والدولية، وبين اختلاف تفضيل الشباب لمضامين القيم الاجتماعية والمعرفية والاقتصادية والسياسية على مقاييس تلك القيم، لصالح كثيفي التعرض.[٤]

---

٢) فريال مهنا، التلفزة والوعي التنموي في سوريا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣ ديسمبر ١٩٩٨م، ص ص، ١٨٨-١٩٤.

١) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه: دراسة ميدانية على عينة من المجتمع السعودي، الرياض: رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٩٩٤م.

٢) ياسين طه، وإبراهيم، محمد معوض، "موقف المشاهدين في دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير. دراسة ميدانية، دار الفكر العربي، ١٩٩٤م، ص٣٠.

٣) عادل فهمي البيومي، علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون "المجلة المصرية لبحوث الرأي العام – العدد الرابع – أكتوبر/ ديسمبر، ٢٠٠٠ ص ص ٨٨-١١٠.

وفي دراسة عن "البرامج المفضلة لدى مشاهدي التلفزيون في المجتمع السعودي" استخدم فيها الباحث عينة عشوائية طبقية شملت الطلاب والموظفين وأصحاب الأعمال الحرة من سكان مدينتي جدة والرياض ٣٦٠ مفردة، وجد الباحث أن البرامج الدينية حازت على المركز الأول بنسبة ٦٥.٣%، ثم الترفيهية بنسبة ٦٢.٣% [١].

ومن خلال عينة بلغت ١٩٠ مفردة من طلاب وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة، وجد أحد الباحثين أن قناة أبو ظبي تأتي في المركز الأول في المتابعة، ثم تلتها قناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC، ثم القناة الفضائية المصرية[٢].

وقام المنيس[٢] بدراسة ميدانية عن "أنماط المشاهدة التلفزيونية في دولة الكويت" ووجد أن قناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط أكثر القنوات مشاهدة، وأن الأخبار تأتي في المركز الأول، تليها الدراما الغربية والعربية.

وأكد بدران ١٩٩٦م أن أفراد عينته من سكان الإمارات العربية المتحدة يتعرضون لبرامج القنوات الفضائية العربية بدرجة أكبر من تعرضهم للقنوات التلفزيونية المحلية، إذ ذكر ٤٤.٥% من الإناث عدم مشاهدتهم للقنوات التلفزيونية المحلية دورياً، مقابل ١٠% للذكور، لكن في الوقت نفسه أكد أفراد العينة أن القنوات التلفزيونية المحلية مصادر مناسبة لأصناف معينة من البرامج كالبرامج الدينية، والتربوية، والتاريخية، ثم الرياضية، والإخبارية.[٣]

كما أكد أفراد العينة على أن مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC أكثر متابعة، ثم القناة الفضائية المصرية، ثم قناة دبي الفضائية، ثم قناة الكويت الفضائية.

---

٤) الدعفس، البرامج المفضلة لدى مشاهدي التلفزيون في المجتمع السعودي. رسالة ماجستير- غير منشورة-، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض،(١٤٠٥هـ).

٢) عاطف العبد، وفوزية العلي، "دراسات في الإعلام الفضائي، عمان: دار الفكر العربي، ١٩٩٥م، ص ص١٦٥-١٦٧ .

٣) Al-menayes,J. Television viewing Paternalism: The State of Kuwait after the Iraqi , invasion. Gazette. Vol.(1996).57,PP.121-134.

٤) بدران بدران "الدور المتغير للاتصال: التلفزيون المحلي في عصر الأقمار الصناعية في دولة الإمارات العربية المتحدة"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال العدد ٣٠، ١٩٩٦م، ص ص ١٣٥-١٦٨.

ووجد الضبيان ١٩٩٧م في دراسته، [٤] "المادة الإخبارية في القنوات الفضائية" على عينة من الجمهور السعودي، أن البرامج الإخبارية تأتي في المرتبة الأولى، وأن قناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC تحتل المرتبة الأولى بين القنوات الفضائية.

وفي دراسة عن آثار القنوات الفضائية على الهوية الثقافية الوطنية لعينة عمدية من الشباب السعودي، وجد الباحث أن قناة MBC جاءت في المركز الأول بنسبة ٢٩.٥%، ثم تلتها القناة الفضائية المصرية بنسبة ١٣%، ثم قنوات راديو وتلفزيون العرب، ثم دبي الفضائية.[١] كما أكد ٤٣% من أفراد عينة الدراسة عدم رغبتهم في مشاهدة التلفزيون السعودي، وأنكر معظمهم مشاهدة القنوات التلفزيونية الفضائية الأجنبية، إما لعدم الرغبة في ذلك أو لعدم توفرها لديهم.

وجاءت الدراما أكثر البرامج متابعة بنسبة ٦٠%، ثم البرامج الموسيقية والغنائية بواقع ٥٤% ، ثم الرياضية، فالإخبارية، بواقع ٢٠% و١٢% على الترتيب.[٢]

وفي دراسة هدفت إلى التعرف على علاقة اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام الوطنية ومستوى استخدامه للمستحدثات الاتصالية، (دراسة مقارنة على عينة من الشباب في مدينة الرياض)، كان من نتائجها: أن الشباب السعودي يتعرض للتلفزيون بمعدلات أعلى من كل الوسائل، يليه الصحف، وأخيراً المجلات فالراديو، كما اتضح من نتائج هذه الدراسة أيضاً أن الشباب السعودي في تعرضه لوسائل الاتصال ومحتوياته الوطنية ومنها التلفزيون يفضل المحلية منها التي تغطي مدينة الرياض بشكل أول، ثم الوطنية المتعلقة بالمملكة، ثم تأتي بعد ذلك التغطيات المتعلقة بالعالم.[٣]

---

٥) أ. الضبيان، المادة الإخبارية في القنوات الفضائية، دراسة تقويمية لعينة من المادة الإخبارية واستخدام الجمهور لها، أطروحة دكتوراه، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٩٩٧م.

١) عبداللطيف العوفي، الهوية الثقافية الوطنية والقنوات الفضائية: دراسة في آثار القنوات الفضائية على عينة من الشباب في مدينة الرياض، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ٣١، ص ص ٧-٥٣.

٢) عبداللطيف العوفي،الهوية الثقافية الوطنية والقنوات الفضائية: دراسة في آثار القنوات الفضائية على عينة من الشباب في مدينة الرياض، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ١٩٩٧م، ص ص ٤٨-٥١.

٣) عبدالله محمد الرفاعي، اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية والوطنية والمستحدثات الاتصالية، "قسم الإعلام/ كلية الدعوة والإعلام/ جامعة الإمام ١٤٢٨هـ" ص ص ٣٤-٣٥.

وفي دراسة عن "مشاهدة البث التلفزيوني المباشر في الوطن العربي: جمهور مدينة دمشق نموذجاً" وجد الباحث أن ٧٠% من أفراد العينة يفضلون القنوات التلفزيونية العربية، وجاءت قنوات راديو وتلفزيون العرب ART أولاً، فالفضائية المصرية، فالفضائية السورية، ثم قناة LBC .[٤]

وجاءت البرامج الدرامية أولاً ، ثم البرامج الإخبارية، فالسياسة والرياضة. وكان الجانب المعرفي هو أول الاحتياجات التي تلبيها مشاهدة الفضائيات.

وفي رسالة ماجستير من الجامعة الأمريكية في القاهرة، وجدت الباحثة أن المشاهدين المصريين، يميلون إلى مشاهدة المحطات التلفزيونية الفضائية أكثر من المحطات التلفزيونية المحلية، وأن أكثر من نصفهم يحبذ القنوات الفضائية الأجنبية، وجاءت الأخبار كأفضل البرامج التي يتابعونها في الفضائيات ثم الأفلام الأجنبية. وحصلت الأخبار في القنوات الفضائية العربية على المركز الأول، ثم الأخبار عبر الفضائيات الأجنبية.[٢]

وفي دراسة عن "استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة" وجدت الباحثة أن الجمهور السعودي هو الأكثر مشاهدة للقنوات الفضائية العربية بواقع ٧٨%. وجاءت قناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط في المرتبة الأولى، تلتها المستقبل، ثم LBC. وأفادت الباحثة من دراستها أنه بينما تفضل الجماهير المغربية والمصرية الفضائيات الأجنبية يفضل الجمهور السعودي الفضائيات العربية.[٣]

وفي دراسة بعنوان "علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات التلفزيونية الفضائية" أبانت الدراسة أن ٨٥% من أفراد عينته "طلبة جامعة الكويت" يشاهدون القنوات الفضائية العربية، وأن ٩٠% يتعرضون للقنوات الفضائية بدافع التسلية والترفيه، و٨٥% لشغل وقت الفراغ، و٧٥% للتعرف على ثقافات أخرى. وحظيت البرامج الموسيقية أولاً بنسبة ٩٥%، ثم الأفلام ٨٥% ، ثم الرياضة ٥٠%.

---

٤) أديب خضور، "مشاهدة البث التلفزيوني الفضائي المباشر في الوطن العربي" جمهور مدينة دمشق نموذجاً، مجلة شؤون عربية، ١٩٩٨م، ص ص١٨٩-٢٠٨.

١) عبداللطيف العوفي ، دوافع التعرض للقنوات التلفزيونية المحلية والفضائية والإشباعات المتحققة منها، والآثار الناجمة عنها. جامعة الملك سعود، كلية الآداب ، مركز البحوث، الرقم ١٢٠،(١٤٢٨هـ) ص: ٢٣.

٢) سوزان القليني، استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة، مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، ١٩٩٩، ص ص ١٨٢-١٨٣.

وحلت قناة LBC في المركز الأول من حيث حجم المشاهدة بنسبة ٩٠٪ ، ثم قناة المستقبل ٨٠٪، ثم قناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط بنسبة ٥٥٪، وجاءت قناة الجزيرة كأفضل القنوات الخليجية بنسبة ٣٥٪.[١]

وأكد الشمراني في رسالة للماجستير أن أكثر ثلاث قنوات تلفزيونية فضائية مشاهدة هي: مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC ، ثم قناة الجزيرة ثم دبي.[٢]

وجاءت البرامج الرياضية كأكثر أشكال البرامج التلفزيونية مشاهدة من قبل أفراد العينة بمتوسط ٢٣.٣ ، ثم المسلسلات والأفلام والدراما بمتوسط عام ٣.٢٥ ، ثم البرامج الإخبارية ٣.١٩ .

وفي دراسة وصفية بعنوان: "استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها[٣]"، هدفت إلى معرفة عدد من التساؤلات حول التعرض للقنوات الفضائية والمحلية مثل أنماط التعرض ودوافعه وإشباعاته وعلاقته بالسمات العامة لأفراد المجتمع السعودي، وكان من أهم النتائج: بالنسبة لتفضيل الجمهور جاءت القنوات الفضائية العربية (الخاصة) في مقدمة تلك القنوات وكانت على الترتيب: قناة الشرق الأوسط ثم قناة الجزيرة ثم قناة دبي، أما على مستوى التعرض للمضامين فقد جاءت البرامج الإخبارية أولاً، ثم البرامج الدينية ثانياً، ثم الأفلام والمسلسلات، فالبرامج العلمية والثقافية بالمستوى نفسه من التفضيل.أما ما يخص التأثير المتوقع من التعرض للقنوات الفضائية؛ فقد أفادت الدراسة أن أكثر من ٧٨٪ من الذين يتعرضون للقنوات الفضائية يرون أهمية مراقبة التعرض وتقنينها، مستشعرين خطورة ما تبثه تلك القنوات، كما أكدوا أن تعدد القنوات الفضائية وكثرتها وتوفرها كان له الأثر في زيادة حجم التعرض.

---

٣) عبد الجليل "علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات الفضائية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، الكويت، ٢٠٠٠م، ص ص ١٥٧-١٧٧.

١) عبداللطيف العوفي، دوافع التعرض للقنوات التلفزيونية المحلية والفضائية والإشباعات المتحققة منها، والآثار الناجمة عنها. جامعة الملك سعود، كلية الآداب ، مركز البحوث، الرقم ١٢٠، (١٤٢٨هـ) ص: ٢٩.

٢) علي بن سعد العتيبي، استخدام الجمهور للقنوات الفضائية وإشباعاتها، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض، ٢٠٠٤م، ص: (و- ز).

وفي دراسة عن الفضائيات والإنترنت في دول مجلس التعاون حسب عينة مكونة من طلاب المتوسط والثانوي، وجد الباحث أن الفضائيات المحلية جاءت في المركز الأول في الكويت والإمارات، بينما احتلت الفضائيات العربية المركز الأول في السعودية والبحرين وسلطنة عمان.[١]

كما وجد الباحث أن أفراد عينته من الطلاب السعوديين الأقل اهتماماً بمشاهدة الفضائيات حيث بلغ معدل الاهتمام ٥٥% فقط. كما وجد أن نسبة مشاهدة الفضائيات الأجنبية لدى الطلاب السعوديين هي الأقل، ولم تتجاوز ٣٧% فقط في حين أنها كانت مرتفعة في كثير من الدول الخليجية الأخرى.[٢]

وفي دراسة استكشافية عن استقبال القنوات الفضائية في مدينة الرياض عام ١٩٩٤م[٣]، أفادت نتائجها فيما يخص حجم التعرض أن ٧٣% من أفراد العينة يتعرضون للقنوات الفضائية، وجاءت تفضيلاتهم للقنوات العربية على النحو التالي: مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) أولاً، تلتها القناة الفضائية المصرية، فقناة دبي. أما تفضيل التعرض للبرامج/ المضامين فكانت البرامج الإخبارية في المركز الأول، ثم البرامج الترفيهية (أفلام ومسلسلات).

وأبانت دراسة بعنوان "تعرض الجمهور السعودي لبرامج المسابقات الثقافية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية" باستخدام عينة من سكان مدينة الرياض،[٤] أن مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC جاء أولاً بنسبة ٩٢% في تفضيلاتهم ، ثم قناة الجزيرة بنسبة ٨٠% ، ثم العربية الإخبارية بنسبة ٧٢% تقريباً، ثم LBC بنسبة ٥٣% تقريباً. وجاءت البرامج الدينية أكثر البرامج مشاهدة ٩٨%، ثم الثقافية ٩٤%.

وأبان الغامدي في دراسة عام ٢٠٠٥م في رسالة الماجستير المقدمة لقسم الإعلام بجامعة الملك سعود حول ،تعرض الجمهور السعودي للبرامج الصحية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية ،والذي اعتمد على عينة عشوائية عنقودية لمدينة الرياض شملت ٤٥٠ مفردة أن مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC جاء في المركز الأول بمتوسط حسابي ٣.٩٠ ، تلا ذلك قناة الجزيرة الإخبارية بمتوسط ٣.٤١ ثم قناة العربية الإخبارية أيضاً بنسبة ٣.٤٠.[٥]

---

٣) ذوقان عبيدات "الفضائيات والإنترنت" مكتب التربية العربية لدول الخليج" ٢٠٠٣م، ص٩٧

١) ذوقان عبيدات (الفضائيات والأنترنت) ، مرجع سابق ، ص ٩٨ .

٢) حمزة بيت المال، استقبال القنوات الفضائية في المملكة العربية السعودية، مجلة تلفزيون الخليج، العدد ١٩٩٤،٤م. ص ص٤٤-٦٥.

٣) عماد الحمود، تعرض الجمهور السعودي لبرامج المسابقات الثقافية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٥، ص ص ٩٤ – ١٠٢.

٤) ناصر الغامدي، "تعرض الجمهور السعودي للبرامج الصحية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والإشباعات المتحققة عنها، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض: جامعة الملك سعود، ٢٠٠٥م، ص٧٤ .

أما من حيث أكثر المضامين مشاهدة فجاءت المسلسلات والأفلام التي تقدمها القنوات الفضائية العربية أولاً بمتوسط حسابي ٣.٧٦ ، ثم تلاها البرامج الدينية بمتوسط ٣.٦٤ ، ثم البرامج الإخبارية والسياسية بمتوسط ٣.٣٤.[١]

وأثبت غريب ، في دراسته "دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات" من خلال عينته "٤٠٠ مفردة" على طلاب وطالبات جامعة الزقازيق بمصر، أن القنوات الفضائية العربية تحتل المرتبة الأولى من إجمالي مصادر الحصول على المعلومات الدينية لدى طلاب الجامعات، وفي المرتبة الثانية لدى الطالبات. وبذلك فهي تتفوق على العديد من المصادر والوسائل الأخرى: الإعلامية والشخصية والجمعية. [٢]

وفي دراسة أخرى على المجتمع المصري[٣]، بلغ ما نسبته ٧٧.٧% من عينة الدراسة يتابعون البرامج الحوارية مقابل ٨.٨% لا يتابعونها، وكانت أكثر البرامج متابعة: البرامج الرياضية ثم السياسية ثم الفنية.

من العرض السابق فيما يتعلق بالبرامج والقنوات الفضائية المفضلة نجد أن الشباب الجامعي العربي يفضل في الغالب التعرض للقنوات الفضائية العربية أولاً، ثم الأجنبية ثانياً، ثم المحلية ثالثاً. كما تتفاوت نتائج الدراسات على المجتمعات العربية- لفئة الشباب- وذلك فيما يتعلق بتفضيلهم للبرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية العربية، ففي حين جاء في الكويت ومصر على الترتيب: البرامج الإخبارية، وبرامج الدراما، ثم الموسيقى والغناء، جاء في الجمهورية السورية: برامج الدراما، والإخبارية، ثم الثقافية، وفي المملكة العربية السعودية: جاء البرامج الدينية، والإخبارية والرياضية . ويلاحظ أن البرامج الإخبارية تتميز بتفضيل مرتفع في معظم المجتمعات العربية وهو أمر طبيعي موافقا لحالة المنطقة العربية وما تعيشه من تحولات وأحداث سياسية كبيرة تتمثل بالدرجة الأولى فيما يتعلق بالقضية الفلسطينية، وعدم الاستقرار الأمني في العراق.

---

١) ناصر الغامدي، "تعرض الجمهور السعودي للبرامج الصحية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والإشباعات المتحققة عنها، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض: جامعة الملك سعود، ٢٠٠٥م ، ص٧٧.

٢) محمد غريب، "دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، م٦، العدد٢، ٢٠٠٥م، ص ص ٤١٣ – ٤٤١.

٣) محمد محمد مهني، القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري، مرجع سابق، ص٨

وتتفاوت كذلك نتائج الدراسات على المجتمعات العربية- لفئة الشباب- فيما يتعلق بتفضيلهم للقنوات الفضائية العربية، حيث يفضل الشباب في الإمارات من القنوات العربية: قناة أبوظبي ،ثم MBC ، ثم القناة الفضائية المصرية. وفي السعودية: MBC ، ثم قناة الجزيرة، ثم العربية فدبي. وفي سوريا جاءت: ARTثم الفضائية المصرية ثم الفضائية السورية فقناة LBC .

وفي الكويت جاءت: LBC ، ثم المستقبل، ثم MBC ، ثم قناة الجزيرة. وبالنظر إلى جملة تلك الأنماط؛ نجد أن القنوات الفضائية العربية الخاصة ما زالت تتصدر تفضيلات الشباب العربي قبل المحلية والأجنبية .

٣- دوافع (أسباب) التعرض والحاجة للمادة المعروضة (الإشباع منها):

في دراسة عن دور الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية، على عينة مكونة من ٣٠٠ طالب وطالبة، كان من نتائجها أن التعرض للتلفزيون (بما فيه القنوات الفضائية) من أهم مصادر المعلومات والتسلية متقدمة على الصحف والإنترنت والاتصال الشخصي.[١]

وفي الدراسة التي قام اتحاد إذاعات الدول العربية بالتعاون مع بعض الباحثين بإعدادها، وشملت عينتها مصر والأردن وتونس، تبحث العينات فيها عن المتعة والترفيه لإشباع حاجاتها، وتعترف بعدم ملاءمة هذه البرامج للواقع القيمي العربي[٢].

٢) ليلى حسين، دور الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام "الإعلام وقضايا الشباب، بحوث المؤتمر الرابع –كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٢٥-٢٧ مايو، ١٩٩٨م، ص ص ١٦٩ – ٢٠٨.

٣) محمد والمنصف، وناس حمدان "الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبث الأجنبي المباشر: التقرير النهائي" تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، ١٩٩٥م.

وفي دراسة على عينة من جامعة اليرموك في الأردن ١٨٦ مفردة، وجد الباحث أن أحد أهم المبررات لامتلاك اللواقط الهوائية كان البحث عن التسلية والترفيه.[١]

ووجد الضبيان ١٩٩٧م في دراسته،[٢] "المادة الإخبارية في القنوات الفضائية" على عينة من الجمهور السعودي، أن دوافع مشاهدة القنوات الفضائية خارج نطاق القنوات التلفزيونية المحلية، هي استخدام التقنيات المتطورة للعرض الإخباري في هذه القنوات، والحصول على مزيد من المعلومات للتعرف على الحقيقة، إضافة إلى إيمانهم بعدم كفاية المادة الإخبارية المعروضة في التلفزيون السعودي المحلي.

وفي دراسة هدفت إلى التعرف على علاقة اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام الوطنية ومستوى استخدامه للمستحدثات الاتصالية، (دراسة مقارنة على عينة من الشباب في مدينة الرياض)، كان من نتائجها: أنه على الرغم من أن التلفزيون مثّل أعلى الوسائل في التعرض إليه؛ إلا أنه تميز بوجود حالة من الخلل بين معدلات الاعتماد عليه ومستوى الإشباعات ودرجة تحقيقها، وهو ما يشير في رأي الباحث إلى أن التلفزيون الوطني لا يقوم بالوظائف الاتصالية المنوطة به بشكل جيد، خاصة وظيفة التسلية.[٣]

وفي رسالة ماجستير من الجامعة الأمريكية في القاهرة، وجدت الباحثة أن أفراد عينتها يميلون لمشاهدة البث الفضائي بدوافع ذهنية؛ كالتعليم والفهم، أكثر من الدوافع العاطفية "التسلية والهروب". وأكد ٤٢٪ أنهم يشاهدون البث الفضائي ليشاهدوا برامج ليس عليها رقابة.[٤]

وفي دارسة ميدانية عن أسباب التعرض للقنوات الفضائية، طبقت على عينة من مشاهدي القنوات الفضائية، اتضح أن من أهم أسباب التعرض هو تقديم تلك القنوات المتعددة أنواع مختلفة من محتوى

---

١) عادل زيادات، "عادات وأنماط التعرض للقنوات التلفزيونية في الأردن: دراسة ميدانية على حائزي أطباق الاستقبال من طلاب جامعة اليرموك، مؤتة للبحوث والدراسات،، مج١٢، عدد١، ١٩٩٧م.

٢) أحمد الضبيان، المادة الإخبارية في القنوات الفضائية، دراسة تقويمية لعينة من المادة الإخبارية واستخدام الجمهور لها، أطروحة دكتوراه، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٩٩٧م.

٣) عبدالله محمد الرفاعي، اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية والوطنية والمستحدثات الاتصالية، "قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام ١٤٢٨هـ" ص ص ٣٤-٣٥.

٤) عبداللطيف العوفي ، دوافع التعرض للقنوات التلفزيونية المحلية والفضائية والإشباعات المتحققة منها، والآثار الناجمة عنها. جامعة الملك سعود، كلية الآداب ، مركز البحوث، الرقم ١٢٠،(١٤٢٨هـ) ص: ٢٣.

الرسائل المتميزة العديدة والبرامج الجيدة، وتغطيتها الفورية للأحداث، وموضوعيتها في تقديم الأخبار، ولإبهار برامجها وتناولها بإيقاع مثير، وتقديمها كم وفير من المحتوى الترفيهي، وتوظيفها لمستحدثات التقنية ومعطياتها، والذي ساهم بدوره في مرور مفاهيم وأنماط جديدة من الحاجات والدوافع وأنماط التعرض[1]. وحول علاقة أنماط التعرض المختلفة بدوافع التعرض لتلك القنوات، فقد أوضحت نتائج هذه الدراسة: تعدد أنماط مختلفة من التعرض لوجود عدد من الدوافع المختلفة أيضاً، منها: دافع الحاجة إلى معرفة ما يحدث في العالم الخارجي من أحداث دولية، ودافع الحاجة إلى مشاهدة برامج متميزة وجيدة خاصة للتسلية والترفيه، ودافع وجود مساحة حرية وتحكم في مشاهدة البرامج المتاحة والمتوفرة، ودافع وفرة الكثير من تلك القنوات والتميز على الآخرين في التعرض لها.

وحول عزوف الأفراد عن التعرض لبرامج التلفزيون المحلي وارتباط أنماط تعرضهم لمحتوى القنوات الفضائية، أشارت نتائج الدراسة إلى قدرة تلك القنوات على تحقيق العديد من الإشباعات للعديد من الحاجات والدوافع التي لم تستطع برامج التلفزيون المحلي إشباعها[2].

وكشفت نتائج دراسة حول دوافع تعرض أفراد الجمهور لمحتوى البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية أن من أبرز تلك الدوافع المرتبطة بأنماط تعرضهم على النحو التالي:

- دوافع التعرض على معلومات لا يقدمها التلفزيون المحلي.
- دوافع ضعف القنوات المحلية (مهنياً وتقنياً).
- دافع الحصول على تقنيات عرض أفضل من القنوات المحلية.
- دافع البحث عن السرعة في تغطية القنوات للأحداث، وتوفر عنصر الإثارة والإبهار.[3]

وفي دراسة عن "استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة" على عينة من الجمهور السعودي وجدت الباحثة أن دافع التسلية والترفيه جاء في المركز الأول بين أفراد عينتها من السعوديين، وبنسبة ١٠٠%.[4]

وفي دراسة أخرى ذكرت أن أنماط التعرض للقنوات التلفزيونية ارتبطت بالحاجات والدوافع التالية:

---

١) انظر انشراح الشال، بث وافد على شاشات التلفزيون، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٤) ص:١١٢.

٢) انظر انشراح الشال، بث وافد على شاشات التلفزيون "مرجع سابق ص: ٥٣ ، ص٦٣ .

٣) علي سعد العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية مرجع سابق، ص٥٩ .

١) سوزان القليني، استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة، مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، ١٩٩٩، ص ص ١٨٢-١٨٣.

١) الحاجة للحصول على المعلومات والأخبار.

٢) الحاجة لتمضية الوقت أو شغل الفراغ أو بدافع العادة.

٣) الحاجة للبديل عن الرفقة الحقيقية.

٤) الحاجة للهروب وتحويل الفكر والانتباه والتحليق في عالم الخيال.

٥) الحاجة للترفيه والتسلية والمتعة والراحة[١].

وفي مجتمعنا الإسلامي يرى الباحث أنه يمكن إضافة دوافع أخرى ترتبط بأنماط للتعرض للقنوات الفضائية العربية أو بعض برامجها (ذات الطابع الديني)، مثل:

١) دافع التفقه في الدين، أو العلم بأمور العبادة والمعاملات ونحوه.

٢) دافع المشاركة في حضور مجالس الذكر- من خلال الاستماع والإنصات- طلباً للثواب من المولى عز وجل[2].

وفيما يتعلق بأهمية دور العوامل الاجتماعية وأثرها، خلصت نتائج دراسات إلى التأكيد على أن عملية التعرض ودوافعها واحتياجاتها وإشباعاتها المرتبطة بها أو التي تكمن وراءها، لا يمكن فصلها عن إطار البيئة الاجتماعية المحيطة بالأفراد وعواملها ومتغيراتها، وإنما تتم في إطار السياق الاجتماعي والتكوين الثقافي للأفراد الذين هم بمثابة عناصر جزئية وأعضاء داخل وحدات اجتماعية تربطهم العديد من الخصائص والسمات الاجتماعية المشتركة التي تؤثر فيها طبيعة السياق الاجتماعي وظروفه ومتغيراته.[٣]

وأفاد الحيزان – بعد مراجعاته لبعض الدراسات الخاصة بالتلفزيون السعودي- أنه يمكن تصنيف دوافع المشاهدة إلى دوافع يهتم فيها المشاهد بتزويد نفسه بالمعلومات، أي أن المشاهد يبحث بنفسه

---

٢) Rubin,A, "televison Uses and Gratifications: the interon ctions of Viewing Patterns and motivntions" , Journal of broud ca sting. Vol 27: 1, win ter 1983 . p.p. 37-51

٣) يرى بعض علماء الإسلام المعاصرين أن التعرض لمجالس الذكر من خلف الشاشات أو الإذاعات بغية حصول الأجر والرحمة التي وردت في الحديث يرجى أن يحصل برحمة الله.

١) دنس ماكويل وسفن ويندل، نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية (تعريب، حمزة بيت المال، الرياض، ١٤١٨هـ) ص١٩٧.

عن المعلومة كمشاهد نشط، ودوافع يهتم فيها المشاهد بأن يتسلى ويرفه عن نفسه، وهذه غالباً ما يكون تعرض الفرد فيها سلبياً وغير فعال[1].

وفي دراسة ميدانية عن "التعرض للتلفزيون وأثره في التفاعل الاجتماعي" في الأردن، وجد بهوان السويدي أن: دافعي الاسترخاء والمتعة؛ يمثلان أهم الدوافع الخاصة بالمشاهدة التلفزيونية، يليها دوافع متابعة الأحداث المحلية والتخلص من الملل ثم الهروب.[2]

وأكد الشمراني في رسالة للماجستير،[3] عن القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها على الشباب السعودي، أن إشباع معرفة ما يدور في العالم العربي جاء أولاً، يليه إشباع الحصول على معلومات ومعارف ثانياً ، ثم ثلاثاً إشباع فهم وإدراك ما يجري في العالم.

وفي دراسة وصفية بعنوان: "استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها[4]"، هدفت إلى معرفة عدد من التساؤلات حول التعرض للقنوات الفضائية والمحلية مثل: أنماط التعرض ودوافعه وإشباعاته وعلاقته بالسمات العامة لأفراد المجتمع السعودي، كشفت الدراسة أن أبرز دوافع التعرض تنحصر في الدوافع الإعلامية/ المعلوماتية، والمعرفية، والترفيهية، في حين تتأخر الدوافع النفسية والاجتماعية والعاطفية عن تلك الدوافع. والحال كذلك بالنسبة للإشباعات المتحققة من التعرض للقنوات، فبينما تشتمل تلك الاشباعات على إشباع الحاجة للمعلومات والمعرفة ثم الترفية، فإنها لا تشبع كثيراً الحاجات النفسية والاجتماعية والعاطفية على حد سواء. كما أفادت النتائج أن اشباع الحاجات المتحققة تقل نسبتها عن المطلوبة أو المتوقعة.

وفي دراسة حول استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباعات المتحققة، وجد الباحث احتلال الدوافع الطقوسية "تمضية الوقت والاسترخاء والتسلية والصحبة" للمرتبة الأولى بين الشباب الجامعي، وجاءت الدوافع النفعية "الإلمام بالمعومات والشعور بالأمان والاستقرار" في

---

٢) محمد الحيزان، التلفزيون المحلي في منافسة القنوات الفضائية: الإشكاليات والإستراتيجيات، دراسة حالة للتلفزيون السعودي.، المنتدى الإعلامي السنوي الأول للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٣م، ص٤.

٣) السويدي، ٢٠٠٢م، مرجع سابق.

٤) عبداللطيف العوفي ، دوافع التعرض للقنوات التلفزيونية المحلية والفضائية والإشباعات المتحققة منها، والآثار الناجمة عنها. جامعة الملك سعود، كلية الآداب ، مركز البحوث، الرقم ١٢٠،(١٤٢٨هـ)، ص:٢٩.

٥) علي بن سعد العتيبي، استخدام الجمهور للقنوات الفضائية وإشباعاتها،(رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض، ٢٠٠٤م، ص: (و- ز).

المرتبة الثانية. كما لم يجد الباحث فروقاً بين المتغيرات الديمغورافية في مشاهدة الفضائيات الغنائية، لكن وجد فروقاً بين بعض العوامل الديموغرافية والإشباعات المتحققة.[1]

وفي دراسة عن "البرامج التلفزيونية العربية والإسرائيلية في الميزان" وجد السلعوسي أن الجمهور العربي في إسرائيل يشاهد قنوات الجزيرة وأبو ظبي والعربية والمنار والمستقبل بالترتيب، وأكد أفراد العينة على أنهم يشاهدون هذه القنوات الفضائية العربية؛ لأنها: تغطي الأخبار الفلسطينية، تطرح الرأي والرأي الآخر، وتهتم بمعاناة الفلسطينيين داخل إسرائيل، كما تعرفهم بما يجري في البلدان العربية مع تنوع برامجها.[2]

وذكرت دراسة تطرقت للتعرف على دوافع التعرض للبرامج الحوارية[3]؛ أنها كانت بالترتيب بالنسبة للمرحلة الجامعية: أهمية الموضوع، أسلوب التقديم، لتميز إعداد الحلقة ومناسبة ترتيب عرضها، لجودة الإخراج ثم لتفضيل مشاهدة القناة.

كما خلصت نتائج دراسة أخرى لدوافع تفضيل المبحوثين من الشباب الجامعي للبرامج الحوارية السياسية[4]، فكانت بالترتيب على النحو التالي:

لأنها تقدم مختلف الأداء بحرية وجرأة، لمواكبة موضوعاتها للأحداث الجارية، لموضعية المعالجة للقضايا المطروحة، لأنها تتناول الموضوعات من عدة جوانب لتعدد الوضوعات المطروحة ثم لمكانة ضيف البرنامج.

كما أفادت دراسة (الشهراني) على طلاب الجامعة، أن أهم العوامل التي دفعت للتعرض للبرامج الحوارية مرتبة على النحو التالي: طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة، الشخصيات المشاركة، أسلوب التقديم للبرامج ثم عوامل الإخراج والديكور.

وبالنسبة للإشباعات المتحققة من متابعتهم للبرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية العربية على النحو التالي: معرفة ما يدور في العالم العربي، الحصول على المعلومات والمعارف الجديدة، فهم وإدراك ما يجري في العالم، معرفة وجهات النظر المختلفة التفاعل مع أحداث المجتمع.[1]

---

1) محمد محمد، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباعات المتحققة، ص ص ٨٤٠ – ٨٤٤.

2) محمد السلعوسي، **البرامج التلفزيونية العربية والإسرائيلية في الميزان**.(رسالة ماجستير –غير منشورة) الرياض: جامعة الملك سعود (٢٠٠٠).

3) رانيا أحمد محمود، مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري مقدم إلى المؤتمر السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧).

4) عبدالله الفردي، العلاقة بين التعرض للبرمج الحوارية السياسية في القنوات النهائية العربية والوعي السياسي، مرجع سابق، ص٢٦١

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة فيما يتعلق متغير دوافع التعرض أنه في بعض تلك الدراسات على المجتمعات العربية أثبتت دوافع التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية كانت من أجل البحث عن المتعة والتسلية، في حين أثبتت بعض الدراسات العربية وجود خلل بين معدلات الاعتماد على التلفزيون المحلي ومستوى الإشباعات منه، وفيه إشارة إلى أن تلك التلفزيونات لا تقوم بالوظائف الاتصالية كما ينبغي؛ وخاصة التسلية.

كما كان من أهم أسباب التعرض للقنوات الفضائية العربية - عوضا عن المحلية- ما يلي: تعدد المحتويات المتميزة، التغطية الفورية للأحداث ، الموضوعية في تقديم الأخبار، تقديم محتوى ترفيهي وفير ومتميز، توظيفها لمستحدثات التقنية ومعطياتها.حيث ساهمت تلك الأسباب وغيرها في تكوين أنماط جديدة من الحاجات والدوافع، مثل: دافع الحاجة إلى معرفة ما يحدث في العالم الخارجي، وحاجة مشاهدة البرامج المتميزة للتسلية والترفية، ووجود حرية أكبر في التعرض، بالإضافة إلى التميز عن الآخرين.

وكشفت نتائج أحد الدراسات حول دوافع التعرض لمحتويات البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية العربية ما يلي:

١-دوافع التعرض لمعلومات لا يقدمها التلفزيون المحلي.

٢- دوافع ضعف القنوات المحلية (مهنياً وتقنياً).

٣- دافع الحصول على تقنيات عرض أفضل من القنوات المحلية.

٤- دافع البحث عن السرعة في تغطية القنوات للأحداث، وتوفر عنصر الإثارة والإبهار.[٢]

فيما ارتبطت أنماط تعرض الشباب –في بعض الدول العربية- للقنوات الفضائية بالحاجات التالية:

١- الحاجة للحصول على المعلومات والأخبار.

٢- الحاجة لتمضية الوقت.

٣- الحاجة للبديل عن الرفقة.

٤- الحاجة للهروب وتحويل الفكر.

٥- الحاجة للتسلية والترفية.

---

١) علي ظافر الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة، مرجع سابق، ص٢.

١) علي سعد العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية، مرجع سابق، ص٥٩ .

كما أتضح من الدراسة أن عملية التعرض ودوافعها وإشباعاتها المرتبطة بها لا يمكن فصلها عن إطار البيئة الاجتماعية المحيطة بالجمهور وعواملها ومتغيراتها، وإنما تتم في إطار السياق الاجتماعي والتكوين الثقافي للأفراد.

وأوضحت دراسة العوفي[1] على المجتمع السعودي أن أهم دوافع التعرض للقنوات الفضائية هي: أولاً: الدوافع المعلوماتية والمعرفية والترفيهية، في حين تتأخر الدوافع النفسية والاجتماعية والعاطفية عن تلك الدوافع. كما أفادت الدراسات أن الإشباعات المتحققة أقل من المطلوبة أو المتوقعة.

وبهذا الصدد يشير ماكويل أن هناك ثلاثة عوامل أو متغيرات رئيسة يمكن أن تصنف بها الدراسات التي تتناول أنماط التعرض والدوافع والإشباعات، وهي:

١) السمات والخصائص الفردية الشخصية للأفراد والذين يتعرضون للقنوات.

٢) الأدوار والوظائف الاجتماعية والخبرات والتجارب الاجتماعية للأفراد في الماضي والحاضر.

٣) المتغيرات والتطورات في البيئة الاجتماعية والظروف والمواقف في السياق الاجتماعي المحيط بالأفراد.

كما يرى كاتز وزملاؤه أن العوامل الاجتماعية تلعب دوراً في تكوين الحاجات والدوافع وتحديد طبيعة علاقتها بأنماط التعرض لتلك الوسائل الجماهيرية، مثل: ما ينتج من المواقف الاجتماعية من التعرف والصراع، مما يجعل الأفراد يتجهون لتلك الوسائل طالبين للاسترخاء. أو قد تشكل المواقف والظروف الاجتماعية حالة من الوعي والإدراك عن بعض المشكلات التي تقود الأفراد للبحث عن مزيد من المعلومات عنها من خلال التعرض لتلك الوسائل.[2]

٤- الآثار الناتجة من التعرض:

وفي دراسة جرت على عينة مكونة من ٣٠٠ طالب وطالبة عن دور الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية، كان من نتائجها أن التعرض للتلفزيون (بما فيه القنوات الفضائية) يحقق آثاراً معرفية ووجدانية وسلوكية إيجابية على الشباب الجامعي.[3]

---

٢) عبد اللطيف العوفي ، الهوية الثقافية الوطنية والقنوات الفضائية ، مرجع سابق ، ص ٥٨ .

١) علي سعد العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية مرجع سابق، ص٦٣

٢) ليلى حسين، دور الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، "الإعلام وقضايا الشباب، بحوث المؤتمر الرابع –كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٢٥-٢٧ مايو، ١٩٩٨م، ص ص ١٦٩ – ٢٠٨.

ومن خلال عينة بلغت ١٩٠ مفردة من طلاب وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة، وجد أحد الباحثين [١] أن مشاهدة القنوات الفضائية تأتي سلباً على متابعة أفراد العينة لبرامج تلفزيونات دولة الإمارات العربية المتحدة.

وفي دراسة بعنوان: "الآثار المعرفية للحملات الإعلامية بالتلفزيون على الجمهور المصري"، هدفت إلى معرفة مدى تأثير حملة المعلومات التلفزيونية على اكتساب الجمهور للمعرفة ومدى تفاوت مستويات المعرفة باختلاف سمات الجمهور الديمغرافية، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من البالغين من خلال منهج المسح كان من نتائجها: وجود فروق دالة بين مجموعات العينة المختلفة في درجة التعرض لحملة التلفزيون عن مرض الدرن؛ وذلك في مستوى المعرفة السطحية والعامة، في حين لم يتضح وجود فروق دالة في مستوى المعرفة المتعمقة. واتضح من النتائج أيضاً أن الأكثر اهتماما هم أكثر اكتساباً للمعرفة من جراء تعرضهم للتلفزيون.[٢]

وفي دراسة بعنوان: "دور التعرض لوسائل الإعلام في اكتساب المعلومات عن قضية البوسنة والهرسك"، طبقت على عينة عشوائية من طلاب الجامعة، كان من نتائجها: وجود علاقة سلبية بين التعرض للتلفزيون ومستوى المعرفة، ووجود علاقة إيجابية بين مستوى الاهتمام بالقضية ومستوى المعرفة.[٣]

وفي دراسة بعنوان: "العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوى معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية على العراق"، هدفت إلى التعرف على العلاقة بين حجم تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام المختلفة ومستوى معرفتهم بأحداث الحرب الإنجلو أمريكية على العراق، طبقت على ٢٢٥ طالب وطالبة من كليات نظرية وعلمية بجامعة المنيا، أثبتت هذه الدراسة صحة افتراضها التي ينص على "أنه يختلف مستوى المعرفة بأحداث الحرب باختلاف نوع الوسيلة الإعلامية الذي يتعرض لها الشباب، بحيث يزيد لدى من يتعرضون للوسائل الحديثة نسبياً (كالقنوات الفضائية والإنترنت) ويقل لدى من يتعرضون للوسائل التقليدية (الراديو والصحف والتلفزيون)".[٤]

وفي دراسة عن آثار القنوات الفضائية على الهوية الثقافية الوطنية لعينة عمدية من الشباب السعودي، وجد الباحث أن للقنوات الفضائية العربية دورها الواضح في عملية تكوين وتغيير اتجاهات

---

٣) عاطف العبد، وفوزية العلي، "دراسات في الإعلام الفضائي، عمان: دار الفكر العربي، ١٩٩٥م، ص ص١٦٥-١٦٧ .

٤) عزت الكعكي "الآثار المعرفية للحملات الإعلامية بالتلفزيون على الجمهور المصري في إطار نظرية فجوة المعرفة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٨" ، ص ، ص : ٢٠٤ – ٢٠٧ .

١) أماني فهمي "دور التعرض لوسائل الإعلام في أكتساب المعلومات عن قضية البوسنة والهرسك، "المؤتمر العلمي السنوي السابع للإعلام وحقوق الإنسان العربي"، القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، (٢٠٠١). ص : ٩ .

٢) وفاء ثروت، العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوى معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية على العراق، "المجلة المصرية لبحوث الإعلام – العدد العشرون، يوليو/ سبتمبر٢٠٠٣"، ص ص: ٦٥-١٢٦.

المتلقين من الشباب السعودي، وذلك بخصوص النظرة الإيجابية للثقافات الغربية والانجذاب إليها، ولكن لم يجد الباحث أن هذا التأثير في الاتجاه يرافقه تأثير في السلوك بالدرجة نفسها، كما لم يجد أن لهذه القنوات تأثيراً سلبياً على المتلقي في نظرته لثقافته المحلية.

ولم يجد الباحث أيضاً علاقة بين حجم التعرض لبعض القنوات الفضائية العربية، والعوامل الثقافية الخاصة بالدراسة. [1]

وفي دراسة تناولت التعرض للقنوات التلفزيونية، طبقت على عينة تتكون من ٧٩١ مفردة من الجامعة الأردنية ، أكدت الدراسة على وجود تأثيرات لهذه البرامج على الشباب، مثل: الرغبة في السفر، والسهر، ومصادقة الجنس الآخر، وبعض السلوكيات الأخرى، مثل: اللبس الغربي، وقص الشعر... إلخ[2].

وفي دراسة تمثلت في عينة من جامعة اليرموك بلغت ١٠٨٩ طالباً وطالبة موزعين على مجموعة من الكليات وجد الباحث أن آثار هذه الفضائيات مرتبة حسب حدوثها: "الآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية، ثم الآثار المعرفية الإيجابية، ثم الآثار المختلطة"[3].

كما أفادت دراسة (الشهراني) على طلاب الجامعة أن أهم العوامل المؤثرة من التعرض للبرامج الحوارية، كانت: الحديث مع بعض الأصدقاء حول ما يطرح من قضايا وموضوعات، يليه إعادة التفكير تجاه بعض تلك القضايا المهمة[4] .

من خلال العرض السابق للدراسات العربية فيما يتعلق بالآثار الناتجة من التعرض للقنوات الفضائية العربية نستنتج ما يلي:

أ- يؤثر التعرض للقنوات الفضائية سلباً على التعرض لبرامج التلفزيون المحلي.

---

٣) عبداللطيف العوفي،الهوية الثقافية الوطنية والقنوات الفضائية: دراسة في آثار القنوات الفضائية على عينة من الشباب في مدينة الرياض، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ١٩٩٧م، ص ص ٤٨-٥١.

١) محمد القضاة، "أثر البرامج المستوردة على الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على شباب الجامعة الأردنية، دراسات، مج ٢٦، العدد١، ١٩٩٩م. ص ٨٩ .

٢) تحسين منصور، "الفضائيات الأجنبية: استخداماتها وتأثيراتها المحتملة على الشباب الأردني: شباب جامعة اليرموك نموذجاً، دراسات، ٢٠٠٢م، ص ص ٤٨١ – ٤٨٤.

٣) علي ظافر الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة، مرجع سابق، ص٢.

ب- أثبتت بعض الدراسات وجود فروق دالة إحصائياً بين درجة التعرض للبرامج التثقيفية؛ وذلك في مستوى المعرفة السطحية والعامة، في حين لم تتضح الفروق في مستوى المعرفة المتعمقة، أي: أن التعرض لبعض البرامج التثقيفية والمعلوماتية قد يؤثر في مستوى المعرفة السطحية لدى المتلقي.

جـ- يعد اهتمام الشخص بالموضوع عاملاً مؤثراً في مستوى المعرفة عند التعرض لبعض البرامج التلفزيونية.

د- كثيفو التعرض للتلفزيون أقل فروق في مستوى المعرفة من قليلي التعرض.

هـ- التعرض لوسائل الإعلام الحديثة؛ خاصة القنوات الفضائية، أكثر تأثيراً في مستوى المعرفة من التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، مثل: التلفزيون والراديو .

و- يمكن أن يؤثر التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية على الهوية الثقافية لدى الشباب على مستوى الاتجاهات، أكثر من مستوى السلوك.

ز- وجدت إحدى الدراسات المحلية أن التعرض للبرامج الحوارية له آثار تحددت في الحديث مع بعض الأصدقاء حول ما يطرح من قضايا وموضوعات، وإعادة التفكير تجاه بعض تلك القضايا المهمة، بالإضافة إلى توصية الغير بالتعرض لها .

ح- استطاعت دراسة أخرى إثبات فرضية المقارنة الاجتماعية بتطبيقها على تعرض الجمهور للبرامج الحوارية (الاجتماعية)؛ حيث أدت تلك البرامج إلى ارتفاع معدلات الرضا الاجتماعي والحياتي لديهم.

تعريف جمهور القنوات الفضائية:

الجمهور هو مجموعة الفئات المتنوعة المختلفة الاهتمامات والثقافات الموجودين في أماكن كثيرة[1].

ويذكر سامي الشريف عن جمهور وسائل الإعلام بأنه: مجموعة من الأفراد المتنافرين المختلفين في خصائصهم، وميولهم، وأذواقهم، واهتماماتهم بما يجعل الحاجة مستمرة إلى تنوع المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام بما يحقق لتلك الجماهير إشباعاً يلبي حاجاتهم المتباينة.[2]

ويرى (بلامر) من خصائص الجمهور أن عضويته قد تتكون من جميع مسالك الحياة ومن جميع الطبقات الاجتماعية التي يمكن تمييزها ويمكن أن تضم أناساً مختلفين في المهنة، مختلفين في التحصيل الثقافي وفي المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

ويشير الشدوخي[3] في تحديده لمفهوم جمهور القنوات الفضائية بأنها: كافة الشرائح الاجتماعية التي يصلها البث الفضائي الذي يخاطب فئات متنوعة من الجماهير بمختلف اهتماماتها وميولها وبما يلبي احتياجاتها ويشبع رغباتها، أما مصطلح الجماهير فهو أكثر شيوعاً واستعمالاً في الأدبيات المتداولة في الدراسات الإعلامية والثقافة الشعبية العامية للإشارة إلى الجمهور العريض الذي تستهدفه غالباً وسائل الإعلام، غير أن المصطلح يحمل دلالات معقدة ومتناقضة تبعاً للسياقات الاجتماعية والثقافية؛ حيث مازال الاعتقاد سائداً أنه يحمل معان سلبية وأخرى إيجابية. أما الجانب السلبي في المصطلح فهو ناجم عن الاستعمالات العامية، ويعني مجموع الأشخاص الذين يفتقدون قيم الثقافة السائدة ولهم مستويات دنيا من الذكاء والعقلانية. وأما الجانب الإيجابي للمصطلح وخاصة في التقاليد الاشتراكية فإنه يعني القوة والتضامن بين الطبقة الشغلية عندما يتضمون معهاً من أجل تحقيق أهداف سياسية والوصول إلى غايات أيديولوجية. وفي كلتا الحالتين يظهر أن كلا الاستعمالين يتضمنان الإشارة إلى عدد واسع من الأفراد يشتركون في ظروف اجتماعية واقتصادية تجعل منهم قوة رفض ومواجهة الظروف المحلية.

---

١) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية العربية، دار الجيل، بيروت، ط٢، عام ١٤١٥هـ، ص: ٦٠١.

٢) سامي الشريف، القنوات التلفزيونية المتخصصة رؤية نقدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد٥، يناير/ أبريل١٩٩٩م، ص:١٥٥.

٣) طارق الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، مرجع سابق، ص: ٢٠٦.

ثانيا/ خصائص جمهور وسائل الإعلام وسماته :

يمكن التعرف على خصائص الجمهور وسماته بشكل تفصيلي واضح حينما نتحدث عنها من خلال تقسيمات لأنواعها، ومن أشهر تقسيمات الجمهور المعروفة في دراسات الجمهور خاصة ما يتعلق بالتعرض للتلفزيون عموماً أنه يقسم إلى قسمين رئيسيين، هما:

أ- الجمهور العام:

من خصائص هذا النوع أنه أكثر حجما من التجمعات الأخرى، وأعضاؤه أكثر تبعثرا، ومتباعدين في المكان وأحيانا في الزمان ولكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة هدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية أو العام كظاهرة اجتماعية ارتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة، حتى أصبح خاصية من خصائص مجموعة من القضايا للوصول إلى تغيير سياسي، وهو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية، ويعتبر الجمهور الديمقراطية، فهو يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة ومستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها.
وقد عرفه ديوي على أنه تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الإعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها.

السمات السوسيولوجية للجمهور العام:

لقد كرس الباحث اينيس جهدا معتبرا في البحث عن أبرز المميزات التي تنطبق على الجماعة الاجتماعية، حيث فرق بين الخصائص الظاهرية وخصوصيات البنية الداخلية للجماعة[1]. فقد وضع هذا الباحث في بداية الستينيات ثلاثة جوانب في تحديد الطابع الاجتماعي لسلوك الجماعة عممها بعده كّتاب وباحثون إعلاميون آخرون، وهذه الجوانب هي:

---

1) عبدالباسط عبد المعطي: استطلاع آراء الجمهور المصري في الأفلام السينمائية، المجلة الاجتماعية القومية، مايو، ١٩٩٤، ص:٥٤.

١- التمايز الاجتماعي:

إن الدراسات والأبحاث التي أجريت على جمهور وسائل الإعلام المختلفة أثبتت وجود اختلافات شكلية جوهرية عند جماهير وسائل الأعلام المختلفة وعند الجمهور الواحد للوسيلة الإعلامية الواحدة، تتمثل في:

• اختلاف المصالح والاهتمامات: وهذا يفسره جزئيا تنوع الرسائل والوسائل الإعلامية، حيث إنه هناك دوافع وحوافز تدفع الجمهور إلى اقتناء رسالة أو وسيلة إعلامية دون أخرى.

•اختلاف درجات الإدراك: يظهر التمايز الاجتماعي أيضا في تحديد الموقف اتجاه الرسائل والوسائل الإعلامية وفهمها وتفسيرها وهذا نتيجة اختلاف مستوى التربية والتعليم والثقافة.

•اختلاف مدة التأثير: حيث إن الجمهور لا يتأثر بالرسالة الإعلامية في وقت واحد فهناك اختلاف بين قطاعات الجمهور كذلك من حيث استمرار التأثير في هذا الجمهور (أسبوع، أسبوعين، ساعة...).

٢- التفاعل الاجتماعي:

• الطابع الاجتماعي: يختلف سلوك الجمهور تبعا لطبيعة الرسالة أو الوسط، فـ فريدسون يرى أن وسائل الأعلام أدخلت في جل نشاطات الحياة الاجتماعية، فمثلاً: التلفزة تشاهد من قبل أعضاء الأسرة، فهم يتفاعلون مع بعضهم البعض وتوفر لهم موضوعاً للحديث وتبادل الآراء والإحساسات وحتى اتخاذ المواقف. بعض وسائل الإعلام الأخرى: كالصحف والراديو، ينتج من استعمالها العزلة عن المحيط الاجتماعي.

• الاستعمالات الاجتماعية: أي أن وسائل الإعلام تستخدم جماعيا من طرف الأفراد، وهذا ما ذهب إليه جيمس لول؛ حيث أنجز بحثا عن عائلة تشرك أفرادها في استعمال وسائل الإعلام فوصل إلى استنتاج تتجلى من خلاله اجتماعية وسائل الإعلام.

- العزلة الاجتماعية: تعني استعمال وسائل الإعلام بمعزل عن الآخرين؛ وخاصة الاستعمال المفرط، وهذا نوع من أنواع العزلة الذاتية نتيجة الحرمان والهروب من الواقع خوفا أو عجزا عن مقاومة الضغوطات الاجتماعية، وهذه العزلة نجدها جلية عند الأوساط المحتشمة اجتماعيا مثل المرضى والبطالين والعجزة...

- علاقة الجمهور: ينظر إلى العلاقة الممكنة بين الجمهور والمرسل من خلال وسائل الإعلام على مستويين:
  - محاولة المرسل الاتصال بمستقبله عن طريق رسالة إعلامية.
  - محاولة لكل من المصدر والمتلقي بلوغ الأهداف نفسها عن طريق وسائل الإعلام.

٣- ضبط الأنساق المعيارية:

تنتظر الجماهير من وسائل الإعلام الخاصة بها أن تمدها بالتعليم والثقافة والترفيه والتسلية بشكل يتناسب مع مكوناتها ومقوماتها والتي تنبع من الأفكار التقليدية والثقافية السائدة والمستمدة من العائلة أو المنظومة التربوية وغيرهما.

السمات الظاهرية للجمهور العام:

إن مصطلح الجمهور عنصر أساسي في الشكل الجماعي لجمهور وسائل الإعلام، حيث يتضمن في بنيته الظاهرية العديد من الخصائص التي تميزه عن غيره، مثل :

- الحجم الواسع: فحجمه كبير عن الآخرين.
- التباعد :إذ إن عناصره منتشرين على كامل الكرة الأرضية.
- عدم التجانس: حيث تتمايز احتياجاتهم ومصالحهم وبالتالي في سلوكياتهم الاتصالية.
- عدم التعارف :غير معروفين بذواتهم ومجهولون لدى بعضهم البعض ولدى القائم بالاتصال.
- غياب أي تنظيم اجتماعي: أي فقدان القدرة على التوحد أو الدخول في تنظيمات اجتماعية بصفتهم كأفراد جمهور.

ب- الجمهور الخاص:

هو الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور، بحيث يصبح من واجب وسائل الإعلام استشارتهم وتلبية حاجاته، بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي وينشرون بذلك الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز. وهذا ما يبرر اختيار وسائل الإعلام للموضع الشائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات وتكييفها.

ويذكر ميلر[1] خصائص جمهور وسائل الإعلام وفق تقسيمين رئيسيين على النحو التالي:

أ. الجمهور الأمي: وهذا الجمهور ممن يقرأون ويكتبون، ولكنه لا يميل إلى ذلك. يحاول أن يبذل أقل جهد في استقباله للرسالة، فهو ليس صاحب اتجاهات فكرية؛ بل يميل إلى الإشباع الذاتي وغالباً يسعى إلى الرضا الوقتي. وهذا الجمهور يميل إلى المشاهدة وليس إلى القراءة، متفرج ولكنه لا يميل إلى التفكير ولهذا ترضيه الصور السطحية للمجتمع دون الحاجة إلى فهم الأحداث أو الآراء، يميل إلى الوحدة ويشعر أن تأثيره قليل تأثير له في القرارات الرئيسة من أي نوع، وغالباً ينسحب من النشاط الإنساني الجاري.. ومن الطبيعي أن هذا النمط من الجمهور لا يميل إلى أي نوع من وسائل الإعلام التي تحاول أن تدفعه إلى المشاركة أو التفكير أو إبداء الرأي.

ب. الجمهور النفعي المادي: وهذا الجمهور يميل إلى الاندماج في آلية المجتمع، يشارك ويميل إلى التنظيمات وهو من أصحاب الهوايات ويتعرض لوسائل الإعلام ويرغب في الارتفاء بمستواه وزيادة دخله، وأفراد هذا الجمهور يهتمون كثيراً بالمركز أو المنزلة التي تمثلها الملكية المادية، ولذلك يهتمون بتراكم الثروات والملكيات، وهذا يدفعهم إلى أن يكونوا مستهلكين للرسالة الإعلامية، ونظراً لأنهم يريدون التقدم بصفة مستمرة فهم يتعرضون لوسائل الإعلام بانتظام للتعرف على كيفية الوصول إلى المقدمة، يبحث هذا الجمهور عن المعرفة التي تساعده على التقدم وتجعله متميزاً بين الآخرين ولذلك فهو يملك السبب العملي لعاداته الاتصالية، يتميز بأنه عملي واجتماعي، ومقتنع بتفوقه، يتعالى بدون مبرر على من هم أدنى منه، وهو يشبه إلى حد كبير الجمهور الأمي في أنه لا يميل إلى التفكير ولا إلى الأفكار ويميل بإتجاهاته إلى الأشياء المادية، وإلى فلسفة الأشياء والتحليل الدقيق، وغالباً ما يتجه إلى

---

[1] محمد عبدالحميد، المنظور الاجتماعي في دراسة جمهور الوسائل، مجلة الآداب، جامعة الملك عبدالعزيز، المجلد السادس، ١٩٨٦م، ص٢٦

المحتوى الجاد؛ لأنه يتوقع أن يعرف شيئاً حول اهتماماته يظهر اهتمامه، بالآراء والأفكار كمظهر فقط؛ لأنه يشعر أن ذلك ينفعه في الأجل الطويل أو لأسباب عملية.

وقدم الباحث الأمريكي كلوس تحليلا لسمات الجمهور حسب درجات مساهمته [1] كما يلي:

- **الجمهور المفترض:**

هو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة اتصال، أي الذين يملكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة ومن هنا فإن كل من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيون أو إذاعة؛ يشكلون الجمهور المفترض لهما. والجمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب. أما جمهور الواب المفترض حسب هذا المنظور فهو أكثر تعقيداً، لأنه يتطلب توفر جهاز حاسوب وخط هاتفي ومودام، إلى جانب اشتراك في الانترنت.

- **الجمهور الفعلي:**

هو مجموع الأشخاص الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي، مثل: المواظبين على برنامج تلفزيوني أو المستمعين المداومين على حصة إذاعية معينة، أو قراء صحيفة، أو زوار موقع الكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر على الرابط.

- **الجمهور المتعرض:**

و هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها وعن الموقف الذي يتخذه منها، فهناك من الجمهور من يستجيب للرسالة الإعلامية وهناك من يتجاهلها تبعا لتطابقها مع احتياجاته ومصالحه المادية واهتماماته الفكرية والثقافية.

---

(١) عبدالحميد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، جامعة حلوان، القاهرة، الطبعة الثالثة، ص: ٣٠ . ١

- **الجمهور الفعال:**

و هو الجزء الذي يتفاعل ويستجيب للرسالة الإعلامية، وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والدعوات الانتخابية. وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو حياده.

خصائص جمهور البرامج الحوارية التلفزيونية وسماته:

هناك ثلاثة محاور يختص بها جمهور البرامج الحوارية عند الحديث عن سماته، وهي: من حيث النشاط والفاعلية، ومن حيث المستوى الفكري، ومن حيث مستوى المشاركة، يتناولها الباحث بشيء من التفصيل :

١- من حيث النشاط والفاعلية:

شهد حقل الاتصال الجماهيري تطورات عديدة خلال العقود الأخيرة؛ كان من أبرزها: التحول في مفهوم الجمهور[1]؛ وذلك بعد تطبيق مفاهيم نظرية عديدة على استخدامات الجمهور مثل الاستخدامات والإشاعات والتوازن المعرفي والانتقائية وغيرها والتي تثبت من خلالها دور الجمهور النشط والفاعل في استخدامه لوسائل الإعلام عن المفاهيم النظرية التقليدية وبعد تطور وسائل الاتصال والإعلام للقنوات الفضائية وتقنيات الاتصال المرتبطة بها زاد التأكيد على فاعلية ونشاط الجمهور إذ أصبحت البدائل متاحة وسهلة الاستخدام وتنافس من أجل الاستحواذ على ذلك الجمهور، يضاف إلى ذلك مشاركة الجمهور النوعي وتقوية لتلك البرامج والقنوات لاسيما حينما يكون الحديث عن البرامج الحوارية ذات الطابع الحيوي والمباشر، والتي تعتمد على الجمهور الفاعل والمشارك لنجاحها.

---

1 علي سعد العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات الفضائية، مرجع سابق ص: ١٦٥.

٢- من حيث المستوى الفكري:

لما كانت مادة البرامج الحوارية الأساسية هي الحوار، وكانت مكوناته الأفكار وأساليب الإقناع وطرح الرؤى وتقديم الحقائق والمعلومات والحجج. كان لابد من مستوى فكري يتعامل مع تلك المكونات وينقدها، ويميز بين الرأي والحقيقة والأسلوب العاطفي والعقلاني، وتمثل تلك المستويات الفكرية والتركيبات الذهنية أهم الخصائص والسمات الفردية لجمهور البرامج الحوارية، ولذا أخذت البرامج الحوارية الناجحة على عاتقها الاهتمام بدراسة الجمهور لاسيما دراسة طبيعته العقلية، والعاطفية، إذ إن عدم الإلمام بهذه المتغيرات خاصة سيحد من القدرة على التأثير والإقناع مهما كانت القدرات الاتصالية.[١] فعلى سبيل المثال وجدت بعض الدراسات أن ذوي التحصيل العلمي القليل والمستوى الفكري المنخفض يبحثون عن أقل جهد في عملية المشاهدة، وترضيهم الموضوعات والصور السطحية دون الحاجة إلى التفسير والتفكير أو عمق الفهم للوقائع والأحداث[٢]، عكس الجمهور المتعلم أو المثقف الذي يميل إلى الموضوعات التي بها طرح فكري عميق ويفندون ويشاركون في تقييم الموضوعات المطروحة.

٣- من حيث المشاركة :

تعتمد معظم البرامج الحوارية التلفزيونية على الجمهور كعنصر رئيس لنجاح البرنامج، ولذا تستخدم جميع الإمكانات التقنية والأساليب المشجعة على المشاركة، وكلما كانت نسبة الجمهور المشارك أكبر كان أدعى لتحقيق الأثر المطلوب غير أن هناك من الجمهور من يكتفي بالنقد الذاتي أو المشاركة مع مجموعة التعرض، ومنهم من يكون متلقيا سلبياً وتلك التقسيمات في هذا الجمهور تحددها عوامل، من أهمها: جودة وشهرة البرنامج الحواري، وكذلك مستوى التفكير الناقد للجمهور. وقد صنف الباحثون مستوى مشاركة جمهور البرامج الحوارية التلفزيونية إلى أربعة مستويات على النحو التالي[٣]:

١- المشاركة الفعالة: وهي المشاركة التي يضيف فيها المشاهد للحوار وموضوعه إضافة جديدة: كاقتراح حل، أو تصحيح معلومة، وتسمى أحياناً بالمداخلات.

---

١) طارق الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية، مرجع سابق، ص: ٢٠٨م.

٢) محمد عبدالحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، دار عالم الكتب، القاهرة، ط٢، ١٩٩٣م، ص:٢٢.

٣) عبدالله الفردي، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسة والوعي السياسي، مرجع سابق، ص: ١٦٣.

٢- المشاركة التحليلية (الناقدة): وفيها يهتم المشاهد بنقد الموضوع المطروح في البرنامج، وتقديم البراهين والإشباعات على صحة نقده. ويتميز صاحب هذا النوع بمستوى من مهارات التفكير الناقد التي تجعل لديه نزعة للنقد، يضاف إلى ذلك إلمامه بالموضوع أو اطلاعه الواسع حوله.

٣- المشاركة التجريبية: وهي المشاركة المبنية على نتيجة تجربة شخصية تتشابه وأحداث موضوع البرنامج أو تتصل بحياة المشارك، ويكون الوضع الرئيس هنا نقل التجربة الشخصية المشابهة لإثراء موضوع البرنامج.

٤- المشاركة غير الجدية: وهي مشاركة لا تضيف للحوار ما يفيد، إنما تهدف في الأساس إلى مجرد الظهور في البرنامج أو مجرد المشاركة فقط.

ويضيف "الفردي[١]" مستوى آخر وهو:

المشاركة المفتعلة: ويكون الهدف من ورائها التسويق للبرنامج أو موضوعه، وتكون جزءاً من الإعداد، ويعاب عليها عدم إعطاء الصورة الحقيقية للجمهور أو للرأي العام وتضليله، وهذه لا تتوافق وأخلاقيات الإعلام الهادف، ويرى الباحث أن هذا المستوى لا يمثل مستوى مستقلاً من إشباعات الجمهور العام؛ وإنما يقتصر على عينة محددة لا تمثل الجمهور، ولذا كان من المناسب أن تُذكر على سبيل الاستثناء والتنويه فقط.

ويرى الباحث كذلك أن هناك تقسيماً آخر لمستويات المشاركة في البرامج الحوارية يوضح الموقف من القضية المطروحة في البرنامج الحواري، وذلك من خلال مستوى المعرفة عنها والتورط فيها (المشاركة) كما تفسرها النظرية الموقفية[٢]، حيث يقسم الجمهور -بناءً على مشاركته في قضية البرنامج- إلى أربع أقسام: الجمهور النشط، والجمهور المدرك والجمهور المستشار، والجمهور غير النشط. وقد أورد الباحث هذا التقسيم نظراً لتوافقه مع موضوع الدراسة، حيث يعد مستوى مهارات التفكير الناقد متغيراً مهماً في هذا التقسيم، والجدول التالي يوضح تلك المستويات من المشاركة في البرنامج الحواري أو القضية المطروحة فيه:

---

١) عبدالله الفردي، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي، مرجع سابق، ص: ١٦٤.

٢) راسم الجمال، خيرت عماد، إدارة العلاقات العامة/ المدخل الاستراتيجي، (الدار المصرية اللبنانية: القاهرة، ط١، ٢٠٠٥) ص:٦٣، ص ص: ٢٥٤-٢٥٥.

جدول (١)

يوضح تقسيم الجمهور بناء على مشاركته في البرامج وفقاً للنظرية الموقفية

الجمهور / الفارق	الجمهور النشط	الجمهور المدرك	الجمهور المستثار	الجمهور غير النشط
السمات	• مستوى مرتفع من المعرفة • مستوى مرتفع من المشاركة • مُعبّر وجريء	• مستوى مرتفع من المعرفة . • مستوى منخفض من المشاركة • مستقر ومتحفظ ومؤثر	• مستوى منخفض من المعرفة • مستوى مرتفع من المشاركة • سريع التأثر ومتقلب	• مستوى منخفض من المعرفة . • مستوى منخفض من المشاركة . • سلبي أو غير إيجابي
الموقف من القضية المطروحة في البرنامج الحواري.	• يدرك المشكلة • يقوم بجهد معرفي لفهمها . • يسعى لخلق الفرصة للاتصال، ويحاول أن يضيف للقضية	• يدرك المشكلة • يسعي لمعرفة الكثير عنها . • يتابع القضية دون المشاركة المباشرة إلا في حالات خاصة	• مطلع على المشكلة غير مدرك لأبعادها . • يبحث عن المعلومات لتقليل درجة المخاطرة • يسعي للمداخلة في موضوع القضية بأي شكل	• عدم الاطلاع واهتمامه ضئيل بالقضية . • لا يمعن في القضية أو الموضوع . • مشاركة ضعيفة في القضية بدون دافع معلوماتي .

ويذكر الشدوخي[1] مجموعة من السمات التي أوردها في دراسته عن جمهور البرامج الحوارية وفق تقسمه المبني على الاتجاهات الشخصية، على النحو التالي:

١) أصحاب الاتجاه العلمي:

[1] طارق الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية، مرجع سابق. ص : ٤٠ .

وهم الأشخاص الذين يميلون إلى الحكم على الأمور أو الحيثيات في إطار القوانين والنظريات، والعلاقات العلمية. وتأثر سلوك الفرد الاتصالي تجاه وسائل الإعلام بهذا المفهوم يكمن في أن الفرد الذي يتبنى هذا الاتجاه يقبل أو يرفض الحكم على الأمور التي تعرض عليه من خلال البرامج الحوارية وفق المعايير العلمية، وبقيمة ما يضيفه البرنامج الحواري من معلومات تفيد المعرفة الإنسانية. ويتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمي المنظم لدى الفرد، بالإضافة إلى سعة الاطلاع على العلوم والثقافات المختلفة.

٢) أصحاب الاتجاه المادي أو العملي:

والجمهور في هذه الفئة يصدر أحكامه في إطار المنفعة المباشرة، والعائد المادي، ومفهوم الجزاء المباشر للسلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام. ومثال ذلك: أن يسعى الفرد للحصول على المعرفة المتخصصة التي تفيده في اتخاذ قراراته اليومية.

٣) أصحاب الاتجاه المعنوي:

هذا الاتجاه يخالف الاتجاه السابق تماماً، حيث تتأثر أحكام الفرد بالمنفعة، أو العائد المعنوي الذي يتمثل في التوافق، والانسجام، والإشباع الوجداني والعاطفي، كأن يبحث المشاهد للبرامج الحوارية التي تناقش موضوعاتها جوانب معنوية متنوعة؛ كمجالات الإبداع الإنساني الذي يكون مصدره الفن والأدب، ويتمتع أصحاب هذا الاتجاه بمعايير معينة تتبنى المعاني والرموز التي تدعم الحب، والخير، والسلام، والأخوة، والتعاطف وغيرها من المعاني، والرموز الإيجابية للعلاقات الإنسانية في إطارها المعنوي.

٤) أصحاب الاتجاه الاجتماعي:

يتبنى أصحاب هذا الاتجاه نمطاً سائداً من التقاليد والأعراف والعادات التي تحكم علاقة الفرد بغيره داخل الجماعات بأنواعها، مثل: العلاقات داخل الأسرة، أو العلاقات بالجيران أو الأصدقاء، وبناءً على ذلك يحددون طبيعة علاقتهم أو تعرضهم لموضوعات البرامج الحوارية.

ثالثا/ خصائص الجمهور – المرتبطة بالتعرض للقنوات الفضائية– في الدراسات العربية:

في دراسة عن دور التلفزيون في إحداث فجوة معرفية بين الشباب المصري في أوقات الكوارث والأزمات، طُبقت على ٤٠٠ شاب، كان من نتائجها وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب من ذوي المستويات الاجتماعية الاقتصادية الأعلى والأقل في اكتساب المعرفة من التلفزيون لصالح الفئة الأعلى مستوى اجتماعي واقتصادي. [١]

وفي دراسة عن العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني، استخدمت منهج المسح من خلال أداتي تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان التي وزعت على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة، كان من نتائجها: الذكور الذين يتعرضون لتلك القنوات أكثر معرفة بالقضايا الإخبارية البارزة من الإناث اللاتي يتعرضن للقنوات نفسها، كما أن ذوي المستويات الاجتماعية والاقتصادية المرتفعة أكثر معرفة بتلك القضايا من خلال تعرضهم للقنوات الفضائية من ذوي المستويات الاجتماعية والاقتصادية المنخفضة.

كما أن الأكثر اهتماماً بتلك القضايا أكثر معرفة بها وإن كانوا متساوين في حجم تعرضهم للقنوات الفضائية. [٢]

وفي دراسة بعنوان "العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوى معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية على العراق"، هدفت إلى التعرف على العلاقة بين حجم تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام المختلفة ومستوى معرفتهم بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية على العراق، طبقت على ٢٢٥ طالب وطالبة من كليات نظرية وعلمية بجامعة المنيا، كان من نتائجها: أن حجم تعرضاً الإناث للتلفزيون يفوق حجم تعرض الذكور، كما أن الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي أكثر تعرض للتلفزيون من الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، وإن كانت الفروق

---

١ Hany El- konayysi "Differential Acquisition of knowledge from television Among Egyption Adults in a Natural Disa ster>" M.A. the sis (cairo: AUC.1993).

٢ محمد عبد الوهاب الكافي "العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني"، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٢٠٠٢م. ص ٣٠٥ .

بينهم غير دالة إحصائياً، كما أن حجم تعرض الإناث (المرتفع)، للقنوات الفضائية يفوق حجم تعرض الذكور (المرتفع) وإن كانت الفروق بينهم غير دالة إحصائياً كذلك.[١]

وفي دراسة عن "استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة"، وجدت الباحثة علاقة إحصائية موجبة بين إجادة اللغات الأجنبية والميل لاستخدام الفضائيات الأجنبية.[٢]

وتشير نتائج بعض الدراسات الأخرى إلى أن العمر والمستوى التعليمي للأفراد لهما دور أساسي في تحديد أنماط التعرض وطبيعة الحاجات والدوافع، فالأفراد الذين لديهم مستويات أعلى من التعليم يوجد لديهم احتياجات أكثر أهمية؛ وبالتالي يميلون إلى استخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحتواها من أجل إشباع الاحتياجات المعرفية والرغبة في الحصول على المعلومات أكثر من أولئك الأفراد الذين لديهم مستويات أدنى من التعليم، كما أن أنماط تعرض الأفراد الأقل عمراً ودوافع تعرضهم لها ارتباط أكثر بالخبرات الفنية الجمالية والعاطفية، بينما الأفراد الأكبر سناً قد أبدوا اهتماماً أقل بهذه الجوانب.[٣]

وفي دراسة عن دور السمات والخصائص والمتغيرات النفسية والاجتماعية في تحديد طبيعة الحاجات والدوافع المرتبطة بعملية التعرض للقنوات التلفزيونية، خلصت نتائجها إلى: أن الشباب الأقل سناً يتعرضون لتلك الوسائل بدافع الحاجة للتفاعل الذاتي الاجتماعي، وبدافع الحاجة للتطوير والمحافظة على الهوية والذات الشخصية، وعلى هذا الأساس؛ فإن نمط التعرض لنوع المحتوى الذي يتم اختياره لابد أن يتوافق مع الإطار النفسي والعاطفي والاستعداد العقلي الخاص بهذه المرحلة من العمر التي تعكس مظاهر مهمة وعوامل أساسية تكمن وراء اختيار نمط التعرض للمحتوى كنمط لإشباع حاجات ودوافع نفسية خاصة بطبيعة هذه المرحلة العمرية، كما وجد الباحث أن هؤلاء الشباب يسعون في الحصول على هذه الإشباعات من القنوات التلفزيونية لتفوقها على الوسائل الأخرى في تحقيق هذه الإشباعات بشكل أفضل.[٤]

---

١ وفاء ثروت، العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوى معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية على العراق، "المجلة المصرية لبحوث الإعلام – العدد العشرون، يوليو/ سبتمبر٢٠٠٣" ص ص: ٦٥-١٢٦.

٢ سوزان القليني، استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة، مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، ١٩٩٩، ص ص ١٨٢-١٨٣.

٣ Katz, E. retal. "on the Use of the of the Muss Media for Emportant Things. Americon Sociological Review, (1973) , 38,pp. 164-180.

١ Arnett, J., et., "Beyond Effects: Adolescents as Active Medim Users", Journal of Youth and Adolescence, vol. 24, No .5. 1995, p.415.

وفيما يتعلق بخصائص تعرض الشباب لوسائل الإعلام عموماً والتلفزيون خصوصاً أكدت دلائل دراسات عديدة أن الشباب يتميزون عن غيرهم بنمط استخدام وتعرض أكثر نشاطاً وفاعلية، كما يختلفون عن غيرهم أيضاً في طبيعة احتياجاتهم ودوافعهم وفي أنماط الإشباعات ومظاهرها ومستوياتها التي تتلاءم مع العوامل والمتغيرات النفسية والاجتماعية المرتبطة بهذه المرحلة وطبيعتها وظروفها أو متغيراتها.[١]

وعن علاقة (تعرض الشباب بإشباعاتهم) أشارت نتائج دراسة تناولت الشباب كمستخدمين نشطين لوسائل الإعلام: أن هذه الفئة الاجتماعية تستخدم وسائل الإعلام (التلفزيون) وتتعرض لمحتوى رسائلها من أجل تحقيق إشباعات تتناسب مع طبيعة مرحلة سن الشباب وتنسجم مع خصائصهم وسماتهم النفسية والاجتماعية، والتي من أبرزها: إشباعات الحاجة للتعرف على الذات والهوية الشخصية والاندماج الذاتي والارتباط العاطفي مع الشخصيات والجماعات لتحديد الهوية الذاتية، وكذلك إشباعات الحاجة للتعبير عن الذات والحالة الراهنة والوضع النفسي والاجتماعي، وإشباع الحاجة للتفاعل الذاتي، وإشباعات الحاجة للحصول على معلومات تعبر عما بدواخلهم وتعكس مظاهر مهمة تجسد ذواتهم ونظرتهم للحياة والعالم.[٢]

كما توصلت نتائج بعض الدراسات التي قارنت بين الأعمال في هذا الجانب إلى: أنه بينما يتعرض أفراد الجمهور من الشباب لمحتوى البرامج في التلفزيون من أجل إشباع الحاجة للاستشارة والإيقاظ، يتعرض أفراد الجمهور من الكبار والبالغين لمحتوى الرسائل في التلفزيون لإشباع الحاجات المعلوماتية المعرفية.[٣]، فالتناسب بين العمر والإشباعات المعلوماتية طردي، وعكسي مع إشباع الحاجة للاستثارة أو الاسترخاء والهروب.

وفي دراسة مسحية تناولنا عادات التعرض للبرامج الحوارية على عينة من الجمهور السعودي[٤]، خلصت نتائجها إلى ما يلي:

٢Armet t,J., Lavson, R., Und offersd., op. cit., p. 513

٣Arnett, J. Larson, R, und offer,D, op. cit, pp. 511-518

١Bradbury, K., und Felsen the I,N,. "what Dowe know About the Audience for Cuble Telerision? Auses and gratifications Anuly sis of Cuble Decliners, Hpuper presented at the unnual meeting of the speech communication Asso Cition, Chicago, Norember 2, 1990) PP. 3-4

٢طارق الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية ، مرجع سابق ، ص : ٢٠٤ .

يحرص على مشاهدة البرامج الحوارية كاملة بالنسبة للذكور ٣٠% وأجزاء منها ٦٤%، كما أن الذين لا يتعرضون لها ٥%، وعلى مستوى المرحلة الجامعية يشاهدها كاملة ٢٩%، وأجزاء منها ٦٦%، كما أن الذين لا يتعرضون لها ٥% فقط.

أما على مستوى الفئة العمرية؛ فإن الذين يشاهدون البرامج الحوارية من الشباب تحت سن العشرين عاماً بلغت ٨٤.٤% مقابل ١١.٥% لا يشاهدونها، ومن الشباب ما بين سن ٢٠ إلى ٣٠ عاماً بلغت ٨٢% يشاهدونها مقابل ١٣% لا يشاهدونها.

وأثبت غريب، في دراسته "دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات" من خلال عينته "٤٠٠ مفردة" على طلاب وطالبات جامعة الزقازيق بمصر، أن الفتيات يشاهدن التلفزيون بشكل عام أكثر من الشباب، وأنهن يشاهدن البرامج الدينية أكثر من الطلاب أيضاً. [١]

كما أوضحت إحدى الباحثات في دراسة أخرى على المجتمع المصري، أن المشاهدين[٢] من ذوي المستوى الاجتماعي المنخفض أكثر تعرضاً للبرامج الحوارية.

ومن العرض السابق لهذه الدراسات، يمكن إيراد بعض خصائص الجمهور في ارتباطه بالتعرض للقنوات الفضائية على النحو التالي :

أ- الإناث أكثر تعرضاً للقنوات الفضائية من الذكور، وأكثر إعراضاً عن القنوات المحلية من الذكور .

ب- تتركز فئة التعرض للتلفزيون في بعض الدول العربية بين المثقفين وحملة الشهادات أكثر من غيرهم.

جـ- طلاب الجامعات- في بعض الدول العربية – القسم النظري منهم أكثر تعرضاً للقنوات الفضائية العربية من القسم العلمي.

د- الشباب من ذوي المستويات الاجتماعية والاقتصادية الأعلى يتعرضون للتلفزيون من أجل الحصول على المعلومات أكثر من الشباب من ذوي المستويات الاجتماعية والاقتصادية الأقل.

٣محمد غريب، "دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، م٦، العدد٢، ٢٠٠٥م، ص ص ٤١٣ – ٤٤١.

٤ إيمان دوابة، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية في ترتيب أولويات قضايا الطفولة، مرجع سابق، ص ٣٥

هـ - الذكور الذين يتعرضون للبرامج الإخبارية في القنوات الفضائية العربية أكثر معرفة بالأحداث من الإناث اللاتي يتعرضن للبرامج نفسها وبالكثافة نفسها .

و- الأقل مستوى اقتصادي واجتماعي أكثر تعرض للتلفزيون كوسيلة من الأعلى مستوى اقتصادي واجتماعي، والعكس صحيح بالنسبة للتعرض للقنوات الفضائية عموما بما فيها الأجنبية.

ز- تشير نتائج كثير من الدراسات إلى أن العمر والمستوى التعليمي للأفراد لهما دور أساسي في تحديد أنماط التعرض وطبيعة الحاجات والدوافع. فالأعلى تعليماً أكثر تعرضاً من أجل الحصول على المعرفة والمعلومات، كما أن الأقل عمراً ترتبط دوافع تعرضهم بالخبرات الفنية والجمالية والعاطفية وبدوافع الحاجة للتفاعل الذاتي والاجتماعي بشكل أكبر من غيرهم.

ح- يتميز الشباب بأنماط تعرض نشيطة وفاعلة أكثر من غيرهم، ويختلفون في طبيعة احتياجاتهم ودوافعهم وإشباعاتهم عن غيرهم.

ط- العلاقة بين العمر والاشباعات المعلوماتية طردي، وعكسي مع الحاجة لإشباع الاستثارة والاسترخاء والهروب.

ي- بنسب تتراوح بين ٨٠% إلى ٨٥% يتعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، كما أن ذوي المستويات الاجتماعية المنخفضة أكثر تعرضاً لتلك البرامج من الأعلى مستوى اجتماعي.

المطلب الثالث

البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية

مقدمة

مفهوم الحوار وأهميته

تمثل "برامج الحوار التلفزيوني" بأنواعها وأقسامها العمود الفقري لكثير من برامج التلفزيون، فالحوار باعتباره شكلاً من أشكال الإنتاج الإذاعي يغطي نسبة كبيرة من ساعات الإرسال، ويمد الجمهور بالمعلومات المهمة والمتعلقة بالأحداث الجارية، ويطرح الآراء ووجهات النظر المتفقة والمتباينة، ويعرض لأهم الشخصيات ويعرف بها [1]، ولا تقتصر تلك البرامج على مجرد موضوعات مألوفة، ولكنها تشتمل على مناقشة كثير من المشكلات، وتناول الموضوعات الدينية والاجتماعية والسياسية أو العلمية، والفنية، ومواضيع الثقافة، والتربية، والصحة... إلخ. أي أنها تستهدف جميع أوجه النشاط الإنساني، كما تستهدف جميع فئات المشاهدين، وتسهم في تكوين الرأي العام [2]، حيث يعد الجمهور (المتلقي) من أهم عناصر نجاح تلك البرامج وإثرائها والحكم على نجاحها أو فشلها، ويتضح ذلك من حجم المشاركة والتفاعل مع موضوعاتها؛ سواء داخل الأستوديو أو خارجه. وبرامج الحوار التلفزيوني لا تقتصر على "المقابلة" أو "اللقاء" فحسب؛ بل تشمل أنواعاً أخرى كالندوات والمناقشات، كما أن تلك الأنواع تختلف أيضاً حسب موضوعاتها والهدف منها إلى أنواع تسعى لاستطلاع الرأي، وأخرى للحصول على المعلومات أو تزويد الجمهور بالمعلومات، أو التعريف بالشخصيات، وغير ذلك.

ولذا تعد تلك البرامج الحوارية التلفزيونية TV Talk Show أحد الإبداعات الإعلامية في القرن العشرين لما تتميز به من خصائص عدة، من أهمها: اتصالها الوثيق بالأحداث الجارية واستخدامها لكثير من الفنون والأساليب التي جعلتها تجذب إليها انتباه كثير من جماهير التلفزيون.

ويرجع انتشار البرامج الحوارية –كقالب برامجي– إلى النظم الليبرالية القائمة على حرية التعبير، حيث برز هذا القالب بشبكات التلفزيون الأمريكية والغربية عموماً، ثم انتقل عبر التفاعل الثقافي والحضاري إلى مختلف الدول؛ ومنها العربية[3].

---

1) عبد الدايم عمر الحسن، الحوار الإذاعي، (مكتبة مدبولي: القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨م)، ص: ١٠٣.

2)طارق الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، (رسالة ماجستير منشورة في المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد الرابع مايو ٢٠٠٩)، ص: ١١٢.

3) جيلان. محمود شرف، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء في القنوات الفضائية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، مقدمة لقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م، ص:٥٨ .

وقبل الحديث عن مفهوم البرامج الحوارية لابد من الإشارة إلى معنى الحوار الذي وصفت به تلك البرامج كسمة عامة يدخل تحتها أنواع وأشكال ومضامين عدة.

بالنسبة للتعريف القاموسي لكلمة "حوار"؛ فتعني : المقابلة التي يتم فيها إلقاء العديد من الأسئلة بهدف معين [١]. وتعرفه الندوة العالمية للشباب الإسلامي[٢]، بأنه: الحديث الذي يتم بين شخصين أو فريقين يتم فيه تبادل الكلام بينهما بطريقة متكافئة فلا يتأثر به أحدهما دون الآخر، ويغلب عليه الهدوء والبعد عن الخصومة والتعصب. وإذا اتجهنا للبحث عن تعريف الحوار ضمن المفهوم الاتصالي؛ فنجد أن " شيرلز ووليم " وقد عرفا الحوار على أنه " عملية اتصالية تفاعلية بين طرفين، أحدهما لديه أهداف جادة ومحدودة من قبل، يريد الوصول إليها من خلال إلقاء أسئلة تحتاج إلى إجابات من الطرف الآخر " [٣].

ويتضح من خلال هذا التعريف أن الحوار يتضمن العناصر التالية:

- العملية: وتعني: الديناميكية، الاستمرارية، التبادل بين طرفي الحوار، والاشتراك في قاعدة اتصالية لتبادل المدركات والرسائل اللفظية وغير اللفظية وردود الأفعال والدوافع والتوقعات.
- التفاعلية: وتعني: تبادل المسئوليات والمشاعر والمعتقدات بين كل من طرفي الحوار.
- طرفا الحوار: قد يشتمل الحوار على شخصين أو أكثر؛ إلا أن الأصل فيه أن يكون بين طرفين، وعندما يتجاوز ذلك يمكن أن يطلق عليه تفاعل جماعي.
- أهداف جادة ومحددة من قبل: يبدأ الحوار عادة من أحد الطرفين بهدف واضح ومخطط له من قبل المبتدأ بالحوار؛ وذلك باتجاه تحقيق الهدف من الحوار.

---

١) ريهام سامي، دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري، (رسالة ماجستير – غير منشورة) مقدمة لقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام بجامعة القاهرة، ٢٠٠٨م، ص : ٤١ .

٢) الندوة العالمية للشباب الإسلامي، أصول الحوار (دار التوزيع والنشر الإسلامي: القاهرة، ط١، ١٩٩٨) . ص ١٠٢ .

١) Stewart, Charles & Cash, William, Interviewing: Principles & Practices (Newgork, M C GVaw – Hill, 2000) , ppl - 4.

- أسئلة وإجابات: الأسئلة تكون من الطرف الأول في الحوار وتنتهي بإجابات واضحة من الطرف الثاني، ويمكن أن يتضمن الحوار توجيه الأسئلة من الطرف الثاني للأول بغرض الإيضاح أو الاستفسار أو المناقشة.

ويكتسب الحوار أهمية بالغة في كون الوجود الاجتماعي الإنساني لا يتحقق إلا بوجود الآخر المختلف، ومن أن الإنسان لا يحقق ذاته الإنسانية ولا ينتج المعرفة إلا بالالتقاء والحوار مع الإنسان الآخر والتفاعل الخلاّق معه، إذ به تتولد الأفكار الجديدة في ذهن المتكلم، وبه تتضح المعاني والمفاهيم، لأن الحوار في مستوى اته العليا هو إنتاج المعرفة الراقية التي تتحاور مع كافة ضروب المعرفة الإنسانية[1].

وتتأكد الحاجة إلى تعزيز ثقافة الحوار وتعلم فنياته ومهاراته وآدابه لدى أفراد المجتمع في ظل السرعة المعرفية الهائلة والتضاعف المستمر للمعلومات، مما يجعل الإنسان يشعر بفجوة معرفية ورقمية بين ما يملكه من معلومات وبين كل ما هو جديد، وهذا يتطلب من أفراد المجتمع فتح قنوات اتصال وتواصل فكري وثقافي واجتماعي دائم من أجل ردم تلك الفجوة. كما تتأكد الحاجة للحوار بين أفراد المجتمع لمواجهة كثير من قضايا المجتمع المعاصر في شتى الميادين المختلفة: سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وثقافياً ودينياً وأيدلوجياً؛ خاصة في ظل التقدم الهائل والعولمة التي يستخدمها العالم اليوم في مجالات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وتعدد القنوات الفضائية، والتي تتيح للفرد في أي مكان من العالم أن يشارك في الحوار، ويتابع الأحداث، ويتبادل الآراء مع الآخرين، من خلال وسائل الاتصال الإلكترونية والإعلام الفضائي.

---

1) محمد زرمان، ثقافة الحور في مرجعيتنا الدينية والفكرية، (أوراق المؤتمر العالمي الثامن: الحوار مع الذات، كلية الآداب والفنون، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، ٢٠٠٤م) ص:١٢٩ .

الحوار في الإسلام:

يشكل الحوار في الإسلام محوراً أساسياً في أبنيته ومضامينه وممارساته، نظرياً وعملياً، حيث اهتم الإسلام بالحوار اهتماماً كبيراً باعتبار هذا الدين خاتماً للأديان واستمراراً لها، لذلك وضع للحوار أساساً راسخاً وبنياناً شامخاً، وأقام له كياناً وشأناً رفيعاً، وهذا ما نجده في كثير من الآيات البينات، والسنة النبوية القولية والفعلية، وما دأب أتباعه –صلى الله عليه وسلم- عليه من الصحابة رضوان الله عليهم والتابعين. وقد انطلقت الدعوة إلى الحوار في الأساس من القرآن الكريم في توجيه إلهي إلى الرسول -صلى الله عليه وسلم- في آيات كثيرة، ونتلمس ذلك مما تضمنه القرآن من حوارات الخالق مع خلقه، ومع أنبيائه، وحوارات الأنبياء مع أقوامهم، وحوارات الأفراد فيما بينهم [1].

والمنظور الإسلامي للحوار ينطلق من مبادئ سامية تدعو إلى الكلمة السواء القائمة على العدل والإنصاف، والقبول بالاختلاف، والتي هي في الأصل سنة كونية في القضايا المشتركة، ومجالات التعاون الإنساني.

الحوار في القرآن الكريم والسنة المطهرة :

ورد لفظ الحوار في القرآن الكريم في ثلاثة مواضع، وهي :

١- الموضع الأول : في قوله تعالى : ﴿ وَكَانَ لَهُۥ ثَمَرٌ فَقَالَ لِصَٰحِبِهِۦ وَهُوَ يُحَاوِرُهُۥٓ أَنَا۠ أَكۡثَرُ مِنكَ مَالٗا وَأَعَزُّ نَفَرٗا ﴿٣٤﴾ ﴾ سورة الكهف "آية ٣٤".

٢- الموضع الثاني : في قوله تعالى : ﴿ قَالَ لَهُۥ صَاحِبُهُۥ وَهُوَ يُحَاوِرُهُۥٓ أَكَفَرۡتَ بِٱلَّذِي خَلَقَكَ مِن تُرَابٖ ثُمَّ مِن نُّطۡفَةٖ ثُمَّ سَوَّىٰكَ رَجُلٗا ﴿٣٧﴾ ﴾ سورة الكهف "آية ٣٧".

---

(١) عبد الله علي العليان، الحوار ودوره في الدعوة والتربية والثقافة، (دار الكتاب الثقافي للنشر: الأردن، ط١، ٢٠٠٤)، ص: ١٩.

٣- الموضع الثالث : في قوله تعالى : ﴿ قَدْ سَمِعَ ٱللَّهُ قَوْلَ ٱلَّتِي تُجَٰدِلُكَ فِي زَوْجِهَا وَتَشْتَكِيٓ إِلَى ٱللَّهِ وَٱللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَآ إِنَّ ٱللَّهَ سَمِيعٌۢ بَصِيرٌ ۝١ ﴾ سورة المجادلة "آية ١".

وقد ذكر القرطبي[1]، أن معنى ﴿ وَهُوَ يُحَاوِرُهُۥٓ ﴾ هو: (أي يراجعه في الكلام ويجاوبه، والمحاورة المجاوبة، والتحاور التجاوب، ويقال: كلمته فما أحار إلي جواباً، كما ذكر أيضاً أن المحاورة بمعنى المجادلة والمخاصمة، وهو يحاوره أي يجادله ويخاصمه.

ويظهر من هذه المواضيع الثلاثة أن معنى الحوار في القرآن الكريم هو: مراجعة الكلام وتداوله بين طرفين، وأن الحوار القرآني موجه من الله عز وجل إلى عباده ليتجاوبوا مع نداء ربهم، فيأمرهم وينهاهم ويهديهم ويرشدهم.

وقد تنوعت أشكال الحوار القرآني وصيغه وأصنافه بتنوع مقاصده وأهدافه، فكان منه الحوار الخطابي، والحوار البرهاني، والحوار التعليمي، والحوار التشريعي، والحوار القصصي، والحوار الاستشاري ونحوها، وتهدف جميع تلك الأنواع إلى تربية النفوس الإنسانية وتنمية العواطف الربانية، وتلبية الحاجات الإنسانية أو الاجتماعية أو التشريعية أو النفسية عند الفرد والمجتمع والأمة[2].

كما كان الرسول -صلى الله عليه وسلم- أرفق ما يكون أسلوباً في حواره، وأفسح ما يكون صدراً. ومن تلك النماذج الرائعة في حواره -صلى الله عليه وسلم- لأجل التعليم والهداية، الحديث الذي أخرجه الإمام أحمد عن أبي أمامة " أن فتى شاباً أتى إلى النبي -صلى الله عليه وسلم- فقال يا رسول الله: ائذن لي بالزنا، فأقبل عليه القوم فزجروه، فقال: أدنه، فدنا منه قريباً فقال "اجلس"، فجلس فقال : " أتحبه لأمك " قال: لا والله، جعلني الله فداك، قال: ولا الناس يحبونه لأمهاتهم. أتحبه لأختك، لابنتك، لعمتك لخالتك، والشاب يرد عليه بالجواب نفسه السابق " فوضع يده عليه وقال: اللهم اغفر ذنبه وطهر قلبه وأحصن فرجه. قال : فلم يكن الفتى بعد ذلك يلتفت لشيء ". (رواه الإمام أحمد) [3].

---

١) عبد الله محمد القرطبي، الجامع لأحكام القرآن الكريم (دار الفكر : بيروت، ١٤١٩) ص : ٢٩٢ .

٢) عبد الرحمن النحلاوي، التربية بالحوار، (دار الفكر للنشر : دمشق، ط ٢، ٢٠٠٤) ص : ١٣ .

٣) حديث أبو أمامة الباهلي، ذكر الألباني أن إسناده صحيح في السلسلة الصحيحة ٧١٢/١.

خصائص الحوار في الإسلام:

للحوار في الإسلام خصائص ومميزات يتميز بها عن غيره من الحوارات الأخرى؛ سواء كان ذلك من خلال الحوارات التي تمت في القرآن الكريم أو من خلال الرسول -صلى الله عليه وسلم- في السنة النبوية المطهرة، ولعل من أبرز تلك الخصائص والمميزات ما تناوله المغامسي[1] على النحو التالي:

١- مخاطبة العقل والوجدان : نجد أن الحوارات التي أتت في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة تخاطب العقل الإنساني ووجدانه العاطفي معاً.

٢- قوته ودقته : إن للحوار القرآني والنبوي قوة من حيث الأدلة والبرهان والحجة، ولا يمكن أن يردها إلا مكابر جاحد للحق.

٣- وضوحه وبساطته : نجد أن الحوار القرآني والنبوي ذو بساطة ووضوح في المعاني والأفكار ويخلو من التعقيدات المنطقية والجدلية التي لا يفهمها إلا طائفة من الناس.

٤- استخدام أساليب الإقناع : يلاحظ في الحوار القرآني والنبوي دائماً ما يتقدم أساليب تفاوضية توصل إلى الإقناع للطرف الآخر.

٥- التكرار والإعادة : نلاحظ أيضاً ما يميز الحوار في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة أنها تكرر وتعيد حصة التكرار حتى يكون فيه نوع من التنوع من أجل الوصول إلى عملية الإقناع وإقامة الحجة والدليل على الطرف الآخر، وهذا من البلاغة.

٦- الحرص على هداية الناس : إن ما يميز الحوار في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، السعي دائماً والحرص على هداية الطرف الآخر وبيان الحقيقة له وتوجيهه وتعديل سلوكه وإصلاحه وإرشاده.

---

١) خالد محمد المغامسي، الحوار: آدابه وتطبيقاته في التربية الإسلامية (مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني في الرياض، ط ٢، ٢٠٠٥) ص : ١٢٨ .

٧- اشتماله على آداب الحوار : أي حوار ورد في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة نجد اشتماله على آداب الحوار، سواء كانت تلك الآداب ظاهرة أم باطنة ومن أجلها العلم واستخدام الأسلوب الفني والإنصاف والتنويع والاستماع والتركيز على نقاط الاختلاف وجودة الموضوع.

٨- إرشاد العقل : نجد أن الحوار القرآني أو الحوار النبوي دائماً ما يسعى إلى تنوير وإرشاد وتوجيه العقل ولفت انتباهه إلى اتباع الحق.

٩- التنوع : نجد أن الحوار في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة يتميز بالتنوع في أطراف الحوار وموضوعاته وأهدافه وأساليبه وأنواعه، فهو يتناول حوارات (الله مع ملائكته) (الله مع إبليس) (الله مع أنبيائه) (الأنبياء مع أقوامهم) (الرسول مع قومه) (مع المنافقين واليهود والأنصار والكفار وأهل البدع) (الرسول مع صحابته) كما أن هذا التنوع في الحوار الذي تم في القرآن الكريم لم يشمل العقيدة فقط؛ بل شمل كل أوجه الحياة الدينية أو الاجتماعية أو السياسية.

١٠- فن الخطاب والصبر: نجد أن الحوار في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة يتميز بفن الخطاب والصبر.

١١- الفصاحة والبلاغة : نجد أن الحوارات القرآنية والنبوية ذات سلاسة وقوة بيان وفصاحة ووضوح.

١٢- الشمول والتوازن : نجد أن الحوار القرآني والنبوي يخاطب الإنسان بكل جوانبه وجميع شئون حياته؛ فهو يشمل الإنسان كله: جسمه، وعقله، وروحه، وسلوكه، وفكره، ومشاعره، ودنياه وآخرته.

١٣- حسن اختيار الموضوع : نجد أن الحوارات القرآنية والنبوية تتميز باختيار موضوعات تكون ملائمة ومتابعة للحدث.

١٤- اعتماد الحوار على السؤال والجواب : نجد أن الحوار في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، يتميز -في الغالب- على السؤال والجواب؛ فهذا يساهم في التشويق ومنه:

(أ) إثارة اهتمام وانتباه الطرف الآخر.

(ب) التعرف على معرفة ما كانوا يعتقدونه حول السؤال.

تعريف البرامج الحوارية التلفزيونية:

تعددت تعريفات الباحثين حول البرامج الحوارية، فمنهم من ركز على موضوعات الحوار والأساليب الفنية للبرامج، ومنهم من ركز على وظائف الحوار، وآخرون على علاقتها بالجمهور والرأي العام، وغير ذلك. بالإضافة لاختلاف الدراسات وفقاً لموضوعاتها. لذا حرص الباحث على اختيار التعريفات التي تخدم هدف وطبيعة الدراسة على النحو التالي:

- تعرف البرامج الحوارية بأنها: برامج الرأي التي تعبر عن صوت الشعب، وليست البرامج التي تعبر عن رأي الصفوة [(١)].
- ويصفها " موري جرين " بأنها: البرامج التي يعتبر فيها الحوار نوعاً من المبارزة الكلامية، يحاول خلالها المندوب التلفزيوني انتزاع المعلومات التي قد لا يرغب محدثه في الإدلاء بها [(٢)].
- ويعرفها " ليفنجستون ولنت " بأنها: برامج نقاش جماهيري تسمح بمشاركة الجمهور العادي من النشطاء، يركز فيها على الموضوع بشكل أكبر من الشخصية[(٣)].
- وتعرّف البرامج الحوارية كذلك بأنها: البرامج التي يلتقي فيها شخصان أو أكثر لبحث موضوع معين، ويتناولونه من كافة الجوانب، سواء اتفقت آراء المشاركين، ووجهات نظرهم تجاه القضية المطروحة، أو اختلفوا فيما بينهم، وقد لا ينتهي الحوار إلى حل واحد، أو استنتاج أخير، بل يمكن ترك الموضوع مفتوحاً للمشاهدين كي ينتهوا إلى آرائهم الخاصة على أساس الحقائق، والآراء التي تعرض أثناء المناقشة[(٤)].

---

١) Nico Capentier "Managing Audicnce Partipation the Construction of Participation In An Audience Discussion Program European". Journal of Communication. Vol. 16, No. 2, 2001, P.

٢) موري جرين – أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ، ترجمة حمدي قنديل، أحمد سعيد (القاهرة : مكتبة النهضة العربية، ١٩٧٢م) ص ٣٥٦ .

٣) جيلان محمود شرف، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهوا في القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص : ٥٩ .

١) ايمان عز الدين دوابه، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام، (دراسة ماجستير غير منشورة) مقدمة: لقسم الإعلام وثقافة الطفل بجامعة عين شمس، ٢٠٠٥م، ص:٢١٩.

- وتعرّف البرامج الحوارية بحسب أنواعها على أنها: مصطلح "يشمل برامج الحوار، والنقاش، والمقابلات التي تتناول مواضيع الساعة المهمة"(١).

- ويعرفها الفردي(٢)، بأنها: "أحد أنماط البرامج الإذاعية – المسموعة أو المرئية – التي تتناول موضوعاً أو أكثر، يهم شريحة كبيرة من الناس، يتم تحليلها باستضافة مختصين، لمعرفة الأسباب، والمسببات، والعوامل المحركة لها، في سبيل تقديم حلول أو طرح وجهات نظر حيالها، وتتضمن مشاركات من الجمهور الذين يتصلون بالبرنامج بالحضور شخصياً أو بأحد أساليب الاتصال المختلفة لطرح آرائهم أو للاستفسار".

- وترى "إيمان" (٣) أنه من المهم في البرامج الحوارية أن تكون المناقشة والحوار خلالها مقبول. أي: بمعنى أن لا يتعصب المقدم، أو الضيف، أو الجمهور المتداخل في موضوع الحلقة إلى رأي بعينه، أو وجهة نظر لذاتها، بل يجب أن تكون المناقشة لوجهات نظر مختلفة، لأن الغرض الأساسي هو توضيح الموضوع المناقش والوقوف على كل جوانبه أمام المشاهد، وليس التأثير عليه، وأخذه إلى جانب دون آخر.

- وتعرّف فوزية آل علي البرامج الحوارية بأنها: "تلك البرامج التي تضم أكثر من متحدث واحد لتبادل الآراء ولمقارنة وجهات نظر مختلفة على أن تعطي لكل جانب الفرص في التعبير عن آرائهم والدفاع عنها"، وترى أنه من المفروض أن لا تكون هذه البرامج مملة للمشاهد، بل لابد من تغيير

---

٢) روبرت هيلارد، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٠٣م، ص٥١.

٣) عبد الله علي الفردي، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في الجامعات، –دراسة غير منشورة– مقدمة لقسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود، ٢٠٠٨م، ص: ١٤٧.

٣) إيمان عز الدين دوابة، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب قضايا الطفولة لدى الرأي العام، مرجع سابق، ص : ٢١٩ .

اللقطات وزوايا الإخراج، واستخدام وسائل عرض إيضاحية، ولقطات أرشيفية حول الأماكن والشخصيات التي يتحدث عنها أحد المشاركين [1].

ومن خلال استعراض بعض نماذج تعريفات البرامج الحوارية يمكن أن يعرفها الباحث وفقاً لطبيعتها وارتباطها بموضوع الدراسة، على النحو التالي:

" هي برامج نقاشات متخصصة، لنقد وتقييم مواضيع حسب أهداف محددة، يشترك في إثرائها مقدم البرنامج مع طرف أو أكثر، تسعى إلى التأثير على الرأي العام وإقناعه تجاه قضايا جماهيرية، ويعتمد تحقيق أهداف حلقاتها واستمرار نجاحها على جودة الإعداد ومهارة المقدم ونوعية الضيف من جانب، وحجم جمهورها النوعي الناقد بشكل خاص من جانب آخر.

وبالنظر إلى هذا التعريف نجد أنه يشتمل على عدد من المرتكزات المهمة التي تسهم في إيضاح العلاقة بين متغيري الدراسة على النحو التالي:

١- حوار نقاشي يتولد منه موضوعات أخرى ذات صلة بالموضوع الأصلي.

٢- متخصصة حسب المضمون (ديني، سياسي، اقتصادي، أسري،...إلخ).

٣- يطرح أمام الجمهور مواضيع، حلقاتها للنقد والتقييم العام حسب الأهداف المحددة من قبل.

---

١) فوزية عبد الله آل علي، دور القائم بالاتصال في تبني البرامج الحوارية لمسئوليتها تجاه المجتمع في دولة الإمارات، (المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثالث، يوليو ٢٠٠٨م، ص : ١٦٠ .

٤- يشترك في إثراء تلك النقاشات للموضوع المطروح مع مقدم البرنامج طرف آخر أو أكثر، مثل ضيف أو ضيوف البرنامج، وجمهوره داخل أو خارج الأستوديو (المشاركون منهم)، والمقصود بالإثراء هنا: توضيح القضية المطروحة وأبعادها وتقديم معلومات حولها للمشاهد.

٥- هدف البرنامج الرئيسي هو: إقناع جمهوره الخاص، والتأثير على الرأي العام بما يتوافق مع أهداف حلقاته.

٦- تحقيق تلك الأهداف يعتمد على جودة الإعداد ومهارة المقدم، واختيار ضيوف البرنامج من جانب، وحجم الجمهور النوعي للبرنامج من جانب آخر. والمقصود بالجمهور النوعي هو: المشاركون في البرنامج من الأفراد الذين يمتلكون قدراً من مهارات التفكير الناقد وتكون لهم صلة بالموضوع.

٧- يفترض هذا التعريف حيادية البرنامج وسعيه لتحقيق الصالح العام، وعرضه مباشرة أمام الجمهور والرأي العام.

التصنيفات العامة للبرامج الحوارية:

ينطبق على تصنيف البرامج الحوارية التلفزيونية ما ينطبق على تصنيف البرامج التلفزيونية الأخرى، إذا ما اعتبرنا البرامج الحوارية التلفزيونية جزءاً من مفهوم البرنامج التلفزيوني الذي يتكون من فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في شكل أو قالب معين لتحقيق هدف مطلوب وتوصيل رسالة معينة[1]، بحيث يتكون من الكلمة المنطوقة والصور الحية والثابتة، والمؤثرات الصوتية، إلا أن لكل برنامج عدة أبعاد يمكن أن يصنف بمقتضاها، وعلى ذلك يمكن أن تصنف البرامج الحوارية وفقاً لما يلي:

١- الهدف من البرنامج: والتي تحققها الوظائف العامة للإعلام، مثل: الأخبار، والتثقيف، والترفيه، والتسويق... إلخ.

٢- المحتوى أو المضمون: والتي تأخذ تخصصاً للبرنامج الحواري؛ كقولنا: البرامج الحوارية الدينية، أو السياسية، أو الرياضية أو الاقتصادية، ....إلخ.

٣- الجمهور المستهدف: وتكون طبيعة موضوع البرنامج الحواري محدداً رئيسياً للجمهور، فهناك موضوعات تخاطب المجتمع بشكل عام، وأخرى للشباب، وغيرها للمرأة والطفل، كما أن هناك برامج حوارية تخاطب فئات معينة من المجتمع؛ كالمثقفين ورجال الأعمال والنخب، وغيرهم.

---

١) ريهام سامي، دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري، مرجع سابق، ص:٧٣.

٤- مواعيد إذاعة البرنامج ودوريتها: فهناك البرامج الصباحية، والنهارية، والمسائية، وبرامج السهرة. كما تختلف تصنيفات البرامج الحوارية وفقاً لدوريتها، فهناك البرامج الأسبوعية، والشهرية، وبرامج المناسبات الخاصة [1].

٥- الجهة المنتجة: حيث تنقسم إلى برامج حوارية منتجة محلياً وأخرى مستوردة، وكذلك يمكن تقسيمها إلى برامج حوارية تنتجها القناة التي تبث البرنامج نفسها، وأخرى من قنوات ثانية، وغيرها من شركات إنتاج متخصصة؛ سواء تجارية أم حكومية كالتي تنتجها بعض الوزارات مثل وزارة التربية والتعليم ووزارة الداخلية، ووزارة الصحة... إلخ.

٦- اللغة المستخدمة: ويحدد اللغة المستخدمة في البرنامج طبيعة الجمهور المستهدف من حيث اللغة التي يمكن أن تؤثر فيه أو بينهما بشكل أكبر، ولذا نجد أن بعض البرامج الحوارية تتحدث باللغة العامية وأخرى عربية فصحى، وثالثة بلغة مختلطة، ورابعة أجنبية.

وهناك من الباحثين من أدخل ضمن تصنيفات البرامج الحوارية التلفزيونية بشكل خاص تصنيفاً وفقاً لعدد الضيوف وهويتهم، كأن يكون العدد واحداً أو أكثر، وتكون الشخصية مشهورة أو متخصصة أو ذات قرار سياسي...إلخ. كما أن من الباحثين من أدرج أنواع البرامج الحوارية ضمن تصنيف خاص (وفق شكل البرنامج)؛ إلا أن الباحث يرى أهمية استقلال أنواع البرامج الحوارية لأهمية دراستها. وبسط الحديث فيها مستقلة.

أنواع البرامج الحوارية:

أولاً وفقاً لطبيعة الحوار التلفزيوني[2]:

١- حوار المعلومات: والذي يستهدف الحصول على بيانات ومعلومات معينة حول موضوع من الموضوعات، ومن الأمثلة عليه ما يسمى الحوار الإخباري، وحوار المؤتمرات الصحفية وكذلك أي حوار يحتاج الجمهور منه تفصيل أو إيضاحات حول موضوع لا يعرفون عنه الشيء الكافي، ولذا لابد

---

١) طارق الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، مرجع سابق، ص : ١١٩ .

٢) كرم شلبي، الخبر الإذاعي، (دار ومكتبة الهلال للنشر: بيروت، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨)، ص: ١٤٦ .

مـن أن يكـون ضـيف الحـوار متخصـصاً في موضـوع الحـوار حـتى يعطـي معلومـات صحيحة [1].

٢- حوار الشخصية: ويهدف هذا النوع إلى تقديم شخصية تثير الانتباه بشكل أو بآخر، وهذه الشخصية إما أن تكون معروفة لدى الجمهور من قبل، وبشكل ثابت، كعلماء الدين ورجال السياسة وغيرهم، وإما أن تكون شخصية برزت مع بروز حدث معين، كفوز شخص في حدث رياضي أو تفوق شخصي في انتخابات، وغير ذلك.

٣- حوار الرأي: ويقوم هذا النوع على استعراض آراء الضيوف سواء داخل الأستوديو أو خارجه، ويشترك هذا النوع مع التقسيم الآخر لأنواع الحوار وفقاً لشكل الحوار، والذي يرى الباحث أهميته وبسط الحديث عنه لاعتماده في كثير من المراجع المتخصصة.

ثانياً: وفقاً لشكل الحوار التلفزيوني:

وهذا التقسيم يعد من أشهر وأبرز التقسيمات الخاصة بأنواع البرامج الحوارية التلفزيونية، وكان من المناسب أن يبسط الباحث الحديث فيه لمناسبته لطبيعة الدراسة.

---

١) إيمان عز الدين دوابة، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام، مرجع سابق، ص : ٢٢٣ .

(١-١) برامج المقابلات التلفزيونية (Interview):

وهي كما عرفها معجم المصطلحات الإعلامية: فن إجراء المذيع لحوار مع ضيف حول قضية أو موضوع معين، من خلال توجيه الأسئلة اللازمة إليه حول هذا الموضوع[١].

كما عرفها آخرون بأنها: "لقاء هادف بين المذيع والضيف حول موضوع معين يهم الجمهور المستهدف، ويقوم هذا اللقاء على التفاعل المتبادل"، مما يعني أن الأمر لا يقتصر على مجرد توجيه الأسئلة والحصول على الإجابة، وإنما يشمل كل أدوات التواصل بين المذيع والضيف، سواء كانت هذه الأدوات لفظية أو غير لفظية[٢].

والمقابلة التلفزيونية مثلها مثل المقابلة الصحفية تسعى إلى أن تمد الجمهور المستمع بالمعلومات المهمة والمتعلقة بالأحداث الجارية، وقد تكون مسجلة أو مذاعة على الهواء.

وهناك من يرى أن المقابلة ليست إلا هدفاً أو غرضاً من أغراض المحادثة التي تتصف بالانسيابية وتبادل الرأي والحديث الطبيعي والتلقائية أو العفوية، ولكن الصحيح أن المقابلة تتميز عن المحادثة كون الشخص الذي يجري المقابلة لا يكون شخصية مستقلة أو مطلق الحرية؛ بل هو مندوب عن الجمهور لإشباع فضوله وتزويده بالمعلومات المهمة، ولذا فإن المقابلة في الأساس يجب أن تخضع للتحكم والسيطرة والإعداد والترتيب المسبق، وهو ما يختلف عن طبيعة المحادثة [٣].

أشكال المقابلة التفزيونية [٤]:

١- المقابلة المتعلقة بالواقع Interview Actuality: وهي مقابلة قصيرة لا تزيد مدتها عن ٣٠ – ٤٠ ثانية في الغالب، ويمكن أن تصل إلى دقيقتين في بعض الأحيان، وكثيراً ما تخضع لعملية مونتاج لكي تكون هناك فرصة متاحة لظهور أكثر من شخص يشتركون في موضوع واحد، ويمكن أن يطلق على هذا الشكل أيضاً المقابلة الإخبارية لاستخدامها في إطار نشرات الأخبار لتغطية حدث ما.

---

١) كرم شبلي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق بجدة، الطبعة الأولى، المجلد ٣، ١٩٨٩، ص:٥٩.

٢) بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية، (دار الكتاب الحديث، القاهرة، ٢٠٠٠)، ص:١١١.

٣)عبدالدايم عمر الحسن، الحوار الإذاعي، مرجع سابق، ص : ١١٠ .

٤) ريهام سامي، دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري، مرجع سابق، ص : ٧١ .

٢- المقابلة الاستعراضية Interview Show: وهي مقابلة مركبة من أشكال متنوعة مثل الأخبار والترويح الذين يتخللهما مقابلات، ويمكن تنفيذ هذا النوع داخل الأستوديو أو خارجه، ومدة البرامج هنا تتراوح ما بين ١٥ – ٣٠ – ٦٠ دقيقة تقريباً.

٣- الحديث الاستعراضي Talk Show: وهي المقابلة التي تجري مع ضيق البرنامج داخل الأستوديو أو تجرى معه عبر الهاتف إذا كان موجوداً في مكان بعيد عن المحطة.

٤- السرد التاريخي Oral History Interview: وهو نوع من المقابلات الذي يتم فيه إجراء المقابلة من خلال الفيديو ليسجل معلومات تستخدم في سرد الوقائع والمذكرات.

وهناك من يقسم المقابلة إلى أشكال أخرى(١)؛ منها:

- المقابلة الحوارية: وهي من أكثر أنواع المقابلات شيوعاً، وتهدف إلى توصيل الحقائق من خلال اختيار الضيف المناسب.

- المقابلة البيانية: وتتعلق بمسألة أو حقيقة أو حادثة تعكس وجهة نظر الشخصيات البارزة التي يكون الحديث معها مرشداً مهماً للجمهور، كالإدلاء بتصريح مسئول حول موضوع معين يشغل الرأي العام.

- المقابلة الشخصية: وهدفه عرض شخصية مهمة للحديث عن حقائق وأحداث وآراء. وهذا النوع مشابه للقسم الثاني لأنواع الحوار وفقاً لطبيعة الحوار الذي سبق الحديث عنه.

- المقابلة النقدية: وفي هذا النوع من المقابلة يوجه مقدم البرنامج عدداً من الأسئلة النقدية (المحرجة) للشخصية المستضافة، وعادة ما تكون تلك الأسئلة ضمن استفسارات الجمهور. وتتميز هذه المقابلة بالإثارة.

---

1) عبد الدايم عمر الحسن، الحوار الإذاعي، مرجع سابق، ص.ص:١١١-١١٢.

تصنيفات المقابلة التلفزيونية:

هناك العديد من تصنيفات المقابلات التلفزيونية[1]؛ تتمثل في الآتي:

١- تصنيف المقابلات التلفزيونية وفقاً للهدف، وتنقسم إلى :

أ) مقابلات الرأي : وتهدف إلى التعرف على كيفية تفكير الناس حيال المسائل المطروحة، ومن ثم التركيز على جمع الآراء والأفكار ووجهات النظر حول أي موضوع.

ب) مقابلات الشخصية : وهي التي تهدف إلى تسليط الضوء على شخصية الضيف من جوانب مختلفة.

ج) مقابلات المعلومات: وهدفها تزويد المشاهد بالمعلومات من أحد الموضوعات أو القضايا المهمة.

ولا مانع من أن تحتوي المقابلة التلفزيونية أكثر من هدف، كأن تجمع بين المعلومة والرأي والشخصية، ولكن الفصل بينها للتعريف من أجل الدراسة.

٢- تصنيف المقابلة التلفزيونية، وفقاً لعدد الضيوف؛ وتشمل:

أ) الحوار الفردي : كأن يكون الحوار بين مقدم البرنامج والجمهور مباشرةً من خلال الاتصال الهاتفي.

ب) الحوار الثنائي: وهو حوار مقدم البرنامج مع ضيف البرنامج.

ج) الحوار الدائري: وهو الذي يشترك فيه مقدم البرنامج مع أكثر من ضيف.

٣- تصنيف المقابلة التلفزيونية وفقاً للموضوع، وتشمل:

أ) المقابلة البسيطة : وتدور حول فكرة واحدة تكون قصيرة في مدتها.

ب) المقابلة المركبة : وهي التي تتطرق للموضوع من عدة جوانب، وتظهر خلفياته وعناصره المتعددة، وتستغرق مدة أطول.

---

١) محمد معوض، وبركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (ذات السلاسل، الكويت، ط ١، ٢٠٠١)، ص : ٢٤٢.

٤- تصنيف المقابلة التلفزيونية وفقاً للمكان، وتشمل:

أ) مقابلات داخل الأستوديو:

لا بد أن يكون اختيار الضيف مما قد تعوّد على الظهور للجمهور من خلال أجواء الاستوديوهات، وقد يكون الحوار داخل الأستوديو مع الضيف من خلال الاتصال الهاتفي به.

ب- مقابلات خارج الأستوديو: وهنا لابد من خروج فريق العمل خارج الأستوديو ليقابل الجمهور في الشارع، أو المتخصصين والخبراء في مكاتبهم. ومن مميزات هذا النوع من المقابلة: أنه يتيح فرصة أكبر للتعبير عن الرأي ويقلل الشعور بالرهبة مقارنة بالمقابلات داخل الأستوديو.

٥- تصنيف المقابلة التلفزيونية وفقاً لأسلوب التقديم، وتتضمن:

أ) المقابلة المسجلة.

ب) المقابلة الحية (على الهواء).

(١-٢): برامج الندوات والمناقشات التلفزيونية:

يقصد ببرامج الندوات والمناقشات التلفزيونية: البرامج التي تعتمد على الحوار في المقام الأول، والتي يلتقي فيها أكثر من ضيف في وقت واحد لبحث موضوع معين، إما من وجهات نظر مختلفة، أو من وجهات نظر متعددة؛ بمعنى: أن الموضوع الذي يدور حوله النقاش إما أن يكون موضوعاً تختلف أو تكتمل حوله الآراء [١].

والفرق بين الندوات والمناقشات، أن الندوات: يتم فيها عرض وجهات النظر المتعددة للموضوع دون اختلاف. أما المناقشات: يتم فيها عرض وجهات النظر المختلفة؛ مما يزيد النقاشات بين الضيوف [٢].

وترجع أهمية هذا النوع من البرامج الحوارية لعدد من الأسباب؛ منها:

١- استضافتها عادة للشخصيات العامة والمشهورة.

٢- تمتعها بالإثارة والجاذبية.

٣- تعدد الأصوات والآراء والأفكار فيها.

٤- احتواؤها على لقطات مصورة ووسائل إيضاح.

٥- الاختلاف في وجهات النظر؛ مما ينتج للمشاهد الناقد معرفة الحقيقة.

---

١) عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (دار القومية العربية للثقافة والنشر: القاهرة، ٢٠٠٣)، ص : ٣١٨ .

٢) محمد معوض بركات عبدالعزيز : إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص: ٢٧٠ .

أهداف برامج الندوات والمناقشات التلفزيونية [1]:

١- الحث على مزيد من التفكير في الموضوع المطروح للندوة أو المناقشة.

٢- محاولة الوصول إلى حلول للموضوعات المختلف عليها.

٣- إلقاء الضوء على المشكلات التي تتعلق بحياة المشاهدين، وعرض وجهات النظر المختلفة تمهيداً لتكوين رأي عام حولها.

٤- إيصال الحقائق والمعلومات إلى المشاهدين بطريقة طبيعية سهلة وقريبة وتجذب الانتباه.

٥- تنشيط الحياة الاجتماعية وشحذ الفكر والكشف عن الأبعاد الحقيقية للمشاكل المطروحة.

وبالنظر إلى جملة تلك الأهداف نجدها تتمحور حول المشاهد، وتتيح له الفرصة للنقد واستخلاص الحقيقة، والناس في هذا يتفاوتون كُلّ حسب مستوى تفكيره النقدي، ومن جانب آخر؛ فإن المتابعة المستمرة لمثل تلك الندوات والمناقشات قد يزيد في خبرة المشاهد النقدية مع مرور الوقت، وهذا جوهر العلاقة بين التعرض لمثل تلك البرامج ومهارة التفكير الناقد موضوع الدراسة.

أشكال برامج الندوات والمناقشات التلفزيونية:

١- المائدة المستديرة round table discussion: وهو شكل يضم عدداً من الضيوف حول مائدة مستديرة يتبادلون عليها الأفكار والآراء حول موضوع يهم الجماهير، ويعتمد في هذا الشكل على تلقائية المشتركين عند طرح الآراء، وليس من الضروري الوصول إلى حلول لمشكلة معينة، ولكن يكفي إثارة اهتمامات الجماهير بأهمية المشكلة والدعوة للتفكير في حلول خاصة بها[2]. وهنا تبرز أهمية المشاهد الفاعل كمقيّم لنتائج الحوار في هذا الشكل .

٢- المناظرة Debate : ويقصد بها المناقشة الثنائية حول موضوع يمثله طرفان من الأطراف يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة، وقد يلتقي الطرفان وجهاً لوجه داخل الأستوديو، أو قد يكون كل منهما في مكانه أو بلده. وفي هذا الشكل تتضاد الآراء ويستخدم كل مشارك قوته الإقناعية ومهاراته الكاملة في عرض رأيه ووجهة نظره لتحطيم الرأي الآخر. ويحظى هذا الشكل بالحضور الجماهيري المهتم بموضوع المناظرة؛ حيث يمثل الجهة الرئيسة التي يقصد بها الإقناع.

---

١) ريهام سامي، دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري، مرجع سابق، ص : ٧٠ .

٢) حسن عماد مكاوي " إنتاج البرامج للراديو : النظرية والتطبيق" (مكتبة الأنجلو المصرية : القاهرة، ١٩٨٩)، ص : ٢٥٧

٣- ندوة الضيف الواحد : يشترك في هذا الشكل من الندوات ضيف واحد يتم توجيه الأسئلة إليه بعدَ أن يقوم بتقديم وعرض الموضوع المطروح للنقاش، ثم يتولى الرد على الأسئلة. ويدخل في هذا الشكل (المؤتمرات الصحفية) [١].

(١-٣) برامج الرأي الجماهيرية:

تعتمد برامج الرأي على حرية التعبير وإبراز الرأي والرأي الآخر، وتستند إلى آلية الحوار المباشر والتلقائي الذي يتسم بالتفاعل بين المتخصصين وقادة الرأي من جهة، والجماهير من جهة أخرى، وذلك بما يحقق سبراً لأغوار المشكلات والقضايا التي تواجه المجتمع خلال فترة زمنية معينة[٢]. وتتنوع مضامين برامج الرأي؛ فهي تشمل : برامج الرأي الإخبارية والمعلومات، برامج الرأي السياسية، برامج رأي الشخصيات العامة والمشاهير، برامج رأي للمنوعات، برامج رأي متخصصة لجمهور متخصص، وغير ذلك.

سمات برامج الرأي الجماهيرية :

على الرغم من حداثة برامج الرأي نسبياً : إلا أنها تنفرد بعدد من السمات التي تحفظ لها شخصيتها كبرامج رأي جماهيرية؛ منها[٣]:

١- أن المقدم هو المسئول عن تدفق الآراء، حيث إنه نقطة اتصال بين أستوديو التلفزيون والمشاهدين في منازلهم، كما انه نقطة اتصال داخل الأستوديو بين الخبراء والجمهور الموجود داخل الأستوديو .

٢- تسمح بمشاركة الجماهير داخل الأستوديو، مما يضفي جو من الإثارة على البرنامج .

٣- ترتبط هذه النوعية من البرامج بالأخبار والأحداث الجارية؛ مما يضفي عليها سمة الحالية والفورية .

---

١) عبدالدايم عمر الحسن، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص: ٣٢٣.

٢) جيلان محمود، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي، مرجع سابق، ص: ٥٨ .

٣) ريهام سامي، دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري، مرجع سابق، ص ٧٢.

٤- أدى نجاح هذه البرامج إلى لفت أنظار المعلنين والمنتجين، وأصبح كثير من هذه البرامج ممولة من جهات وشركات إعلانية .

أنواع برامج الرأي :

ذكرت " جيلان " في دراستها عن برامج الرأي [1] تصنيفاً لأنواع برامج الرأي التلفزيونية من حيث الشكل، حصرتها في أنواع أربعة، هي:

١- برامج رأي ذات اتصالات هاتفية مباشرة من الجمهور، وفيها يمكن للجمهور التعبير من رأيه بحرية أكثر من أي برنامج آخر. ومن الأمثلة عليها: برنامج "منبر الجزيرة" الذي تبثه قناة الجزيرة من قطر.

٢- المناظرة Debate: وتتناول قضايا اجتماعية، وسياسية، واقتصادية، من خلال جانبين: أحدهما مؤيد والآخر معارض، وتتركز حول الأحداث الجارية، وتعد مشاركة الجمهور عنصراً أساسياً فيها.

٣- المقابلات والمناقشات: وتنطلق عادة من الأخبار؛ حيث تساهم الأخبار في رسم أجندة هذا النوع، ولذا فهي تحوي كماً كبيراً من المعلومات، وتقدم شكلاً جاداً لتناول وفهم الأحداث الجارية والاتجاهات السائدة.

٤- فقرات داخل المجلة: وفيه تتم مقابلات مع الضيوف؛ سواء كانت داخل الأستوديو أو عن بعد، وتتناول قضايا مختلفة، وغالباً ما يقدم هذا النوع مذيعان يتبادلان الحوار.

أهمية برامج الرأي:

يتميز هذا النوع من برامج الحوار التلفزيوني بعدد من المزايا كما تقدم جعل منها برامج ذات أهمية وتأثير على المجتمع والجمهور. ومن تلك الأهمية ما يلي:

١- تعد برامج الرأي مرآة لمشكلات المجتمع، وقد تساعد على حلها أو تزيد من تعقيدها.

٢- تعد برامج الرأي صوت الشعب، فمن خلاله يعبر عن آرائه لما لها من تأثير في الشئون الاجتماعية والسياسية، كما تهتم تلك البرامج باستضافة شخصيات ذات ثقل في الموضوع المطروح.

---

1) جيلان محمود، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء في القنوات القضائية العربية، مرجع سابق، ص، ٧٠.

٣- يرى نقاد علم الاجتماع مدى أثر برامج الرأي في توجيه الرأي العام، وصياغة الفكر الثقافي، وتشكيل القيم والأفكار.

٤- تعد برامج الرأي جزءاً مهماً في صناعة الإعلام المعاصر، ومؤثراً في صياغة المجتمع الحديث.

ومن خلال ذلك العرض لأنواع البرامج الحوارية التلفزيونية يتضح لنا ما يلي:

١- على الرغم من تعدد تلك الأنواع وما يتفرع منها، والتشابه في بعض تصنيفاتها، إلا أن الحوار يعد القاسم المشترك في جميع تلك الأنواع والتصنيفات، كما أن الحوار يعد أساسا للعديد من البرامج التلفزيونية.

٢- يتضح كذلك أهمية الجمهور ودوره في إنجاح واستمرار تلك البرامج أو إخفاقها، لاسيما الفاعل الناقد والمشارك منهم.

٣- أن هناك من الدراسات من يفصل برامج الرأي عن برامج الحوار التلفزيونية عند الحديث عنهما، والحقيقة أن برامج الرأي جزء من برامج الحوار التلفزيوني، إلا أن برامج الرأي أخذت أهميتها من توجهها إلى الجمهور والرأي العام والاهتمام بالأحداث الجارية، ولذا فضلت بعض البحوث عنونة موضوعاتها بدلاً من "البرامج الحوارية" بـ"برامج الرأي" عند ارتباطها بمتغيرات ذات صلة بالجمهور والرأي العام. أما في هذه الدراسة فكان من الأنسب اختيار أنماط التعرض للبرامج الحوارية بدلاً من برامج الرأي، وذلك لشمول هذا المصطلح لجميع عناصر الاتصال الذي يجعل منها مهارة في الأعداد والتقديم والعرض، يقابلها مهارة في التعرض وما يشمله من فاعلية ونقد ومشاركة.

المطلب الرابع

البرامج الحوارية التلفزيونية في الدراسات الإعلامية وعوامل نجاحها وإشباعاتها

عوامل نجاح البرامج الحوارية التلفزيونية:

كي تأتي البرامج الحوارية في النهاية ناجحة ومؤثرة؛ فلابد أن تجري الدراسات، وتجمع المعلومات، وتحدد الجماهير المستهدفة، وأن يعرف أطراف الحوار ماذا يقولون؟ ولماذا يقولون؟ وكيف يقولون؟ وأن يرتبط ذلك كله باهتمامات الجماهير واحتياجاتهم، وفهم المعاني التي تدور في أذهانهم. كما ينبغي عند الإعداد لتلك البرامج أن يؤخذ في الحسبان الجمهور النوعي من الناقدين المشاركين والناقدين المؤثرين على غيرهم من الجمهور العادي، إذ إن الفروق الفردية بين المشاهدين في مستوى تفكيرهم النقدي وثقافتهم ووعيهم يعد أمراً واقعياً ملاحظاً.

كما أن من أهم ما يساهم في نجاح البرامج الحوارية: الالتزام بأخلاقيات وآداب الحوار بين أطراف الحوار، وقد قسم " زمزمي[1]" تلك الآداب الحوارية إلى أربعة أقسام، على النحو التالي:

١- آداب الحوار النفسية، مثل: تهيئة الجو المناسب للحوار، الإخلاص وصدق النية، العدل والإنصاف والتفريق بين الفكرة وصاحبها، الحِلْم والصبر، العزة والثبات على الحق، حسن الاستماع، احترام الطرف الآخر، والهدوء والثقة بالنفس.

٢- آداب الحوار العلمية: وهي الآداب المتعلقة بمادة الحوار الأصلية وموضوعاته الأساسية؛ مثل: العلم، البدء بالنقاط المشتركة، التدرج والبدء بالأهم، الدليل والبرهان، الوضوح والبيان، التثبت والرد على الشبه بما يناسبها، ضرب الأمثلة، الرجوع إلى الحق والتسليم بالخطأ، الإلمام الجيد بموضوع الحوار، استخدام الأساليب التوضيحية.

٣- آداب الحوار اللفظية: وهي الآداب التي تتعلق بالألفاظ المختارة والكلمات المنتقاة والعبارات المناسبة؛ مثل: التعريض والتلميح بدل التصريح، أدب السؤال، اعتدال الصوت، حسن البيان، حسن الاستماع، وغير ذلك.

٤- آداب عامة تتعلق بالحوار: وهي كل ما يتعلق بالآداب العامة للحوار سواء من الجانب العقلي أو من الجانب العملي مثل : التوقيت المناسب، الفراسة وحسن التصرف، حسن القصد، الإخلاص في الحوار، انبساط الوجه، التزام الموضوعية، عدم الاستئثار بالحديث.

---

١) يحيى محمد زمزمي، الحوار: آدابه وضوابطه في الكتاب والسنة، دار التربية والتراث للنشر: مكة المكرمة، ط ٢، ٢٠٠٣م، ص: ١١٣.

ويضيف باقر[1] على تلك الآداب ما يتعلق بالأخلاقيات الإعلامية في الحوار من خلال بعض النقاط التوضيحية، منها:

١- أن القضايا التي يجري التحاور بشأنها إنما هي من القضايا الخلافية التي لا ينبغي لأحد أن يزعم لنفسه امتلاك الحقيقة الكاملة بشأنها، وبذلك لابد أن يكون هدف المتحاورين الوصول إلى آراء مشتركة بشأن القضية موضوع النقاش.

٢- يجب على كل متحاور أن يؤمن بأن رأيه صواب يحتمل الخطأ، ورأي الآخر هو خطأ يحتمل الصواب.

٣- يجب أن يوازن المحاور بين قدراته الكلامية وإيجاده فن الإصغاء للآخر، وفهم مقصده بحسن نية.

أما ما يتعلق بجوانب الإعداد الجيد للبرامج الحوارية، فقد ركز الشدوخي[2] على الاهتمام بثلاثة عناصر أساسية حتى نضمن معها نجاح البرنامج الحواري فيما يخص الإعداد؛ وهي:

أ – الاهتمام باختيار موضوع الحلقة.

ب – حسن اختيار المقدم الجيد وتدريبه.

ج – اختيار ضيوف البرنامج بعناية.

بالإضافة إلى باقي الجوانب الفنية الأخرى: كالإخراج، والأستوديو، والاتصالات، والإعلان عن البرنامج، وغيرها.

بالإضافة إلى ما سبق، لابد من الإشارة إلى ما يتعلق بأخلاقيات احترام المشاهد واحترام عقليته ومستوى تفكيره، فكما أن الحوار مهارة وفن للعرض؛ فإن من المتلقين (المشاهدين) من سيقابل تلك المهارة بمهارة ومستوى من التفكير الناقد، وعند إذ سيكون له الحكم النهائي على نجاح البرنامج من فشله، وغالباً ما يكون هذا النوع من المتلقين فاعلين على مستوى المشاركة في البرنامج أو على مستوى التأثير في الآخرين وإعطائهم الحكم عليه.

---

١) باقر جاسم محمد، أخلاقيات الحوار وشروطه المعرفية، مارس ٢٠٠٤ (http://www.op.cit).

٢) طارق الشدوخي، أسالب تقديم البرامج الحوارية، مرجع سابق، ص : ١٣٠ .

الإشباعات في البرامج الحوارية التلفزيونية ودوافع التعرض لها:

تعد البرامج الحوارية التلفزيونية جزءاً مهماً من البرامج التلفزيونية الأخرى، والتي تقدم لمشاهديها وظائف متنوعة: إعلامية وترفيهية، أو للتعبير عن القيم والتفاعل الاجتماعي[1] وغير ذلك. وهي بذلك تسعى لإشباعات مختلفة بناءً على دوافع التعرض لها من جهة، وعلاقة المشاهد بها ومستوى تفاعله معها من جهة أخرى. وقد حدد الباحثون إزاء ذلك ثلاثة محاور (إشباعات) من خلال التعرض لتلك البرامج على وجه التحديد، على النحو التالي:

أ – إشباعات دوافع التعرض للبرامج الحوارية.

ب – إشباعات العلاقة بين المشاهدين والبرامج الحوارية.

جـ – إشباعات ضمن مفهوم المشاركة والتفاعل بين المشاهدين والبرامج الحوارية.

أ) أما ما يخص إشباعات دوافع التعرض للبرامج الحوارية، فهي على النحو التالي:

١- الحصول على المتعة والتسلية.
٢- لتمضية وقت الفراغ.
٣- للحصول على المعلومات المهمة لدى المشاهد.
٤- الهروب من المشكلات والخلود للراحة.
٥- للبحث عن ما هو مفيد.
٦- التفاعل شبه الاجتماعي بين أطراف الحوار وخاصة الضيوف والمشاهدين.

ب) إشباعات العلاقة بين المشاهدين والبرامج الحوارية:

على الرغم من تنوع إشباعات التعرض للبرامج الحوارية كما سلف ذكره إلا أنه ثمة علاقة منتظمة متبادلة بين مشاهدة أو التعرض للبرامج الحوارية المؤثرة، وكل من المتغيرات الشخصية والمشكلات العاطفية التي تعرضها تلك البرامج، مما ينتج عنه تحفيزاً عاماً لمشاهدة البرامج الحوارية وفقاً لعمليات المقارنة الاجتماعية التي تنتج عن التفاعل الحقيقي في الحياة الواقعية[2].

---

1) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (عالم الكتب : القاهرة، ط ٣، ٢٠٠٣)، ص ص : ٢٧٦ – ٢٧٨

2) جيلان محمود، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي، مرجع سابق، ص: ٨١.

ج) إشباعات مستوى المشاركة، والتفاعل بين المشاهدة والبرامج الحوارية:

تفترض البرامج الحوارية المباشرة الجمهور أحد أطراف الحوار المهمة التي تعبر في أغلب الأحوال عن الاتجاهات السائدة للرأي العام تجاه القضايا المطروحة في البرنامج ومن ثم فإن محصلة المشاركة والتفاعل من قبل الجمهور يعطي مؤشراً على تحقيق أهداف البرنامج. أو إحداث الأثر المطلوب ولأهمية عنصر المشاركة والتفاعل مع تلك البرامج الجماهيرية.

برامج الحوار التليفزيوني في الدراسات الإعلامية:

١- أهمية البرامج الحوارية:

حاولت باحثةٌ معرفةَ مدى "إسهام البرامج الحوارية في تبني القضايا الاجتماعية" من خلال تحليل محتوى البرامج الحوارية تحيلاً كمياً وكيفياً، ووجدت أن تلك البرامج أسهمت أسهاماً كبيراً في تشكيل الفكر العام حول دور الإعلام في تبني القضايا الاجتماعية[1].

وترى "الباحثة" ضرورةَ عدم الاعتماد على البرامج الإخبارية بوصفها مصدراً وحدياً لتغطية الأحداث ذات الطابع الجماهيري، بل يجب متابعتها من خلال أكبر عدد ممكن من البرامج التي تقدم وجهات نظر متعددة.

وفي دراسة عن البرامج الحوارية (البث المباشر) في التليفزيون المصري[1]. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مكانة البرامج الحوارية (البث المباشر) بين المواد التليفزيونية. حيث أوضحت الدراسة أن هذه البرامج ساهمت من خلال فترة الدراسة في التصدي للعديد من القضايا، ومنها على سبيل المثال لا الحصر الزواج العرفي، الزواج من أجنبيات، تعاطي المخدرات، قانون الأحوال الشخصية الجديد، فضلاً عن العديد من القضايا الأخرى التي تليها في الأهمية، كما بينت النتائج أن القضية الفلسطينية تصدرت العديد من برامج الشاشة الصغيرة، لحساسيتها وخطورتها على مستقبل المنطقة، وقد استضافت هذه البرامج العديد من المسئولين والمتخصصين لمناقشة الجوانب المختلفة للقضايا المطروحة.

---

١) اتحاد الإذاعة والتلفزيون، جمهورية مصر العربية، البرامج الحوارية (البث المباشر) في التلفزيون المصري، ٢٠٠٤م، انظر الموقع :
http:/www.ertu.org./tvchannel/tv.home.htm/

وفي دراسة عن المطالب الجماهيرية في البرامج التليفزيونية(٢). هدفت إلى التعرف على مدى مساهمة البرامج الحوارية في تلبية المطالب الجماهيرية وتبني القضايا الاجتماعي التي تثير اهتمام الجمهور.

أوضحت النتائج ما يلي:

أسهمت البرامج الحوارية إسهاماً كبيراً في تشكيل الفكر العام حول دور الإعلام في تبني القضايا الاجتماعية.

للبرامج الحوارية دورٌ فعالٌ في معالجة القضايا الاجتماعية، وطرح الحلول المناسبة لها.

وفي دراسة عن دور البرامج الحوارية، وإعلانات التوعية بالتلفيزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام(٣). هدفت إلى التعرف على حجم تغطية البرامج الحوارية، وإعلانات التوعية بالتلفيزيون المصري لقضايا الطفولة من ناحية، ومدى إدراك الجمهور لأهمية هذه القضايا من ناحية أخرى. كان من نتائجها:

زيادة قدرة البرامج الحوارية في وضع أجندة المستويات الأكثر تعليماً مقارنة لأقل كما تزيد قدرتها على وضع أجندة الريف مقابل الحضر بالنسبة لقضايا الطفولة.

وفي دراسة بعنوان التأثيرات الإقناعية للقطاعات ردود فعل كل من المذيع والجمهور الموجود داخل الأستوديو في برامج الرأي التليفزيونية(١).

أثبتت الدراسة أن برامج الرأي تستطيع أن تجعل المشاهدين يتخذون اتجاها إيجابياً تجاه الموضوعات البعيدة أو غير المعروفة من خلال لقطات ردود الفعل الإيجابي لكل من المذيع والجمهور داخل الأستوديو.

وفي دراسة بعنوان تأثيرات برامج الحوار على إدراك المراهقين، ونظرتهم للواقع الاجتماعي(٢)، هدفت إلى التعرف على مدى تأثير تعرض البالغين للبرامج الحوارية على معالجتهم ورؤيتهم للكير من الموضوعات المهمة والخاصة بهم. وكان من أهم النتائج:

---

(٢) Susan Jacqueleine "Claims-making activities and television talk-show: Astudy in the construction of social problems". Dissertation abstracts international. Vol. 33, No. 2, 1994.

(٣) إيمان عزالدين، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية في ترتيب أولويات قضايا الطفولة ، مرجع سابق ، ص٥٠ .

(١) Nabi, Robin & Hendriks, Alexandra. The Persuasive Effect of Host & Audience Reaction Shots In Television Talk Shows. In: Journal of Communication September 2003, pp 527 – 544.

(٢) Rossler, Patric & Brosius, Hans. Do talk Shows Cultivate Adolescents' View of the World: a prolonged exposure experiment. In: Journal of Communication. Marc, 2001, pp: 143 – 163.

أن محتوى برامج الرأي اليومية الألمانية لها تأثير محدود على تأثيرات الغرس بالنسبة للمراهقين.

٢- مقدمو البرامج الحوارية وأسلوب تقديمها:

في دراسة حول الصفات الواجب توافرها في مقدمي البرامج الحوارية ذات الطابع الديني في التلفزيون، أظهرت النتائجُ أن هناك صفات متعددة ومتنوعة بفضل توفرها في مقدمي تلك البرامج حتى تحقق مزيداً من التأثير والنجاح على النحو التالي:

بالنسبة للصفات العامة: الإيمان العميق والاهتمام للتبليغ والإخلاص والصدق والفهم والوعي والبصيرة.

وبالنسبة للصفات الشخصية: اليقظة والذكاء والبلاغة وقوة الشخصية والفصاحة، وبالنسبة للصفات الفنية الخبرة المهنية بوسيلة الاتصال أو حسن الأداء الإذاعي، والتكيف مع تنوع البرامج[١].

وفي دراسة وصفية تحليلية هدفت إلى التعرف على القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري[٢]، أوضحت نتائجها:

على صعيد أسلوب تناول القضايا المختلفة في برامج الرأي التليفزيونية كانت على النحو التالي: في الأسلوب العقلاني بنسبة ٦٦%، والباقي جمعت بين الأسلوبين العقلاني والعاطفي.

وفي دراسة أجنبية تناولت أسلوب الخطاب، والاستمالات المستخدمة في البرامج الحوارية وبرامج الرأي، خلصت نتائجها إلى أن الإثارة تعد أحد أساليب التقديم خاصة في التلفزيون التجاري، وأن أسلوب تقديم الافتراضات من العوامل المهمة للإقناع بالمنطقية[٣].

كما درست باحثة[٤] في مجال البرامج الحوارية ذاته دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري، في ترتيب أوليات قضايا الطفولة لدى الرأي العام في ضوء نظرية ترتيب الأولويات، وهي دراسة مسحية (تحليلية – ميدانية)، وهدفت إلى التعرف على تأثير التلفزيون على معارف الجمهور، وتكوين الوعي بأهمية قضايا بعينها، واتجهت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من

---

(١) محمد خير رمضان، صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، الرياض، ط١.

(٢) محمد محمد مهني، القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري، دراسة دكتوراه غير منشو،رة قسم الإذاعة، كلية الآداب (جامعة القاهرة، ١٩٩٤م)

(٣) Thomas F. Allbaugh, Apersistence of Rhetoric in T.V. tal culture (emotional transformation Dissertation) Abstracts International, 1997, Vol. 58, pp 350.

(٤) انظر، إيمان عزالدين محمد دوابه، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أوليات قضايا الطفولة لدى الرأي العام، دراسة مسحية، مرجع سابق.

الأهداف الأخرى منها: التعرف على الأهمية التي تمنحها البرامج الحوارية وإعلانات التوعية لكل قضية من قضايا الطفولة.

وخلصت الدراسة إلى أن أكثر القوالب الحوارية التلفزيونية المستخدمة في البرامج (عينة الدراسة) قالب " حوار داخل الأستوديو بين مذيع وضيف" وذلك بنسبة (٤٣.٢%) وأن أكثر أساليب التقديم التي اعتمدت عليها البرامج في تقديم مضمونها هو أسلوب "المادة الكلامية فقط" وذلك بنسبة (٧١.٩%).

وعلى مستوى خصائص ومؤهلات ، ومعايير اختيار، وتقويم المذيعين في القنوات التلفزيونية الخليجية. أشارت دراسة[1] ابتع المنهج الوصفي التحليلي إلى الصفات الواجب توافرها في المذيع ومؤهلاته، وهدفت إلى التعرف على سمات المذيعين في الفضائيات الخليجية، وتخصصاتهم العلمية، وكذا الاهتمام الذي يوليه المذيعون في تلك القنوات جانب تطوير مهاراتهم، وقد خلصت الدراسة إلى أن غالبية القنوات الخليجية (عينة الدراسة).

تؤكد على ضرورة أن يتسم المذيع بالإعداد، وفقا لاحتياجات الجمهور وثوابته، وأكدت على أنه لابد من وجود ثقافة لدى المذيع تمكنه من تحقيق الأهداف الموضوعة للبرنامج، مما يعني ضرورة العناية بالمضمون الذي سيقدمه المذيع في برنامجه، وهذا بدوره يعكس جزاءاً من اهتمام المذيع والمحطة بجمهورهم، وأظهرت الدراسة أن أكثر من نصف المذيعين الذين يعملون في المحطات الخليجية هم من غير المتخصصين في المجال الإعلامي، فضلاً عن تخصص الإذاعة والتلفاز، وهذا يؤكد بدوره عدم قدرة المذيعين على استخدام الإمكانات والأساليب التي تعزيز مشاهدة ما يقدمونه من مضامين في برامجه، نظراً لأنهم لا يمتلكون المهارات الإذاعية والتليفزيونية من الأساس.

كما أظهرت الدراسة رغبة المحطات الخليجية في تطوير أداء مذيعها عبر الدورات المتخصصة، وكذلك التجديد والتطوير المستمر في الأجهزة الفنية والبرامج. وأكدت على أهمية أن يكتسب المذيع القدرة على الارتجال باعتباره شكلاً من أشكال التقديم بما يزيد من إقبال الجمهور، وتعزيز المشاهدة، بجانب الحرص على طرح الأفكار الجديدة من قبل المقدم.

---

(١) Farouk, Kina, 2003, Television Presenter's Skills, first edition, Alamalkotob, Cairo, Egypt.

وتناولت دراسة[1] المهارات والصفات الواجب توافرها في مقدمي البرامج التلفزيونية، وأوضحت في دراستها أنه على الرغم من التأثير القوي لمقدمي البرامج التلفزيونية، إلا أن الدراسات التي تركز على الخصائص، والعوامل التي تؤثر على نجاح أو فشل مقدمي البرامج التلفزيونية نادرة، بل أن أغلب مقدمي البرامج التلفزيونية يقومون بجهود شخصية لتحسين أدائهم دون الرجوع إلى أي مرجع، أو دراسة تعينهم على معرفة ما يجب عليهم عمله، وما يجب عليهم تركه عند تقديمهم للبرامج.

وقارن باحث آخر في "الديمقراطية ومعالجة قضايا الجنس في البرامج الإخبارية الحوارية في ضوء الإعلام الديمقراطي. فوجد أن الشبكات الإخبارية تعتمد الأسلوب الأحادي في تغطية القضية، فتركز على الجاني وتهمل الضحية بينما تطرح البرامج الحوارية وجهات نظر متعددة في معالجتها للموضوع وتترك مجالاً لتقديم أفكار ومفاهيم جديدة.

وفي دراسة عن المداومة على الأسلوب الخطابي في البرامج الحوارية التلفزيونية[2]. هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية الأسلوب الخطابي في البرامج الحوارية التلفزيونية، وأسفرت نتائج الدراسة عن الآتي:

- أن أسلوب الخطاب المستخدم في البرامج الحوارية أحد دوافع مشاهدتها.
- تعد الإثارة في برامج الحوار التلفزيونية من أحد أساليب التلفزيون التجاري.

وفي دراسة عن تقديم الصراعات الشخصية في البرامج الحوارية التلفزيونية[3] هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة الصراعات في العلاقات الشخصية، من خلال البرامج الحوارية النهارية وركزت على مناقشة الصراعات بين الرجل والمرأة. وأسفرت نتائج الدراسة عن الآتي:

الصراعات الشخصية أثناء الحوار المتبادل بين ضيف البرامج الحوارية من أهم عوامل نجاح هذه البرامج. لما تضفيه على البرامج من حيوية وتلقائية تجذب الجمهور إلى البرنامج وتثير انتباهه القضية المطروحة.

---

(٢) Farouk, Kina, 2003, Television Presenter's Skills, first edition, Alamalkotob, Cairo, Egypt.

(١) Thomas F. Allbaugh, Apersistence of Rhetoric in T.V. tal culture (emotional transformation Dissertation) Abstracts International, Vol. 58, No 9, 1997.

(٢) Susan L. Breson, et al. "talk shows representations of interpersonal conflicts". Journal of Broadcasting and Electronical Media. Vol. 41, 1997, p. 25.

وفي دراسة بعنوان: "تأثيرات مشاهدة برامج الرأي على البالغين"[١] هدفت إلى التعرف على تأثيرات مشاهدة برامج الرأي على، إدراك الشباب للواقع الاجتماعي، وخاصة في وجود العديد من التأثيرات السلبية لبرامج الرأي من وجهة نظر النقاد.

أظهرت الدراسة أن برامج الرأي والبرامج الحوارية لا تؤثر بدرجة كبيرة على الإدراك أو التقديرات أو الإحكام حول الواقع الاجتماعي، ولكنها تعطي معلومات تفيد بعد ذلك في الحكم على الواقع الاجتماعي.

استطاعت هذه الدراسة من خلال النتائج التي توصلت لها إثبات خطأ إدعاءات النقاد حول التأثيرات السلبية لبرامج الحوار والتي كانت هذه الإدعاءات تؤكد أن برامج الحوار تحول القصص الدرامية إلى تسلية، وتجعل المشاهدين يشعرون بالتبلد ويقللوا من أهمية الموضوعات الاجتماعية المعقدة.

٣- أشكال البرامج الحوارية:

وفي دراسة وصفية تحليلية هدفت إلى التعرف على القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري[١]، أوضحت نتائجها:

أن المستوى اللغوي الأكثر استخداماً هو عامية المثقفين بنسبة ٧٠% من الوقت الإجمالي لبرامج الرأي، وجاء مستوى الفصحى في المركز الثاني بنسبة ٢٦% ثم أخيراً عامية الأميين بنسبة ٣%.

كما أن الشكل الندوات هو الذي ساد برامج الرأي بالتلفزيون بنسبة ٥٧% من العدد الإجمالي لحلقات برامج الرأي.

وتناولت باحثة أخرى "مناقشة الضيوف ومشاكلهم الخاصة من خلال البرامج الحوارية النهارية (النسائية)" من خلال المقابلة والملاحظة في جمع البيانات الخاصة بإنتاج البرامج الحوارية (النسائية) بدءاً من المنتج، والمحاور، والضيوف إلى الجماهير المشاركة[٢].

---

(٣) Davis, Stas & Mares, Marie. Effects of Talk Shows Viewing on Adolescents. In: Journal of Communication. Vol. 48, No. 3A, 1998, pp 69 – 86.

(١) محمد محمد مهني، القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري، دراسة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام (جامعة القاهرة، ١٩٩٤م).

(٢) Anne Grindstaff, 1996. p.p 207

وقد حظيت البرامج الحوارية ذات الصبغة السياسية باهتمام واضح من قبل الدارسين، خاصة ما يتعلق بالحملات الانتخابية وبرامج المرشحين الانتخابية.

وقد حظيت البرامج الحوارية ذات الصبغة السياسية باهتمام واضح من قبل الدراسيين، خاصة ما يتعلق بالحملات الانتخابية وبرامج المرشحين الانتخابية.

واتبعت الباحثة منهج التحليل النفسي في تناول "الدوافع الذاتية لمشاهدة البرامج الحوارية السياسية التلفزيونية"[1]. ووجدت أن البرامج الحوارية السياسية أداة مرغوبة لتوصيل المعلومات إلى الجماهير، لأنها تشبع احتياجاتهم للإحساس بالذات، على الرغم أن البعض يعدها تافهة، وتبرز هذه الدراسة وظائف البرامج الحوارية السياسية.وأدوارها وشعبيتها وأسباب مشاهدتها ودوافعها.

وفي دراسة عن القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري[2] هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو، والتلفزيون المصري.

- بينت الدراسة تنوع المستويات اللغوية للبرامج الحوارية، وبرامج الرأي التي تم تحليلها ما بين المستوى الفصحى ومستوى عامية المثقفين.

أوضحت الدراسة أن ٨٥.٦% من إجمالي القضايا المطروحة في برامج الرأي. والبالغ عددها (٥٣٥) قضية هي قضايا ومشكلات وأحداث حالياً يعيشها المجتمع المصري خلال فترة الدراسة، أما القضايا السابقة عَمَدتْ برامج الرأي إلى تسليط الأضواء عليها بلغت نسبتها ٨.٤%، كما بلغت نسبة القضايا والأحداث المتوقعة ٦%.

وفي دراسة عن أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء (Talk Show) في القنوات الفضائية العربية[3] هدفت هذه الدراسة إلى رصد القضايا العربية كما تعكسها برامج الرأي (Talk show) التي تبث من خلال بعض القنوات الفضائية العربية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

---

(١) Mari Frisdy, 1997 pp.94.

(٢) محمد محمد مهني، القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري، دراسة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام (جامعة القاهرة، ١٩٩٤م).

(٣) جبلان محمود عبدالرزاق، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء (Talk Show) في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م).

- تبث القنوات الفضائية العربية محل الدراسة برامج الرأي بثاً مباشراً بنسبة ٨٩.٢% حيث تبث في الفترة المسائية بنسبة ٩٩.٨%، ويرجع ذلك ربما إلى إتاحة الفرصة لعدد كبير من المشاهدين لمتابعة برامج الرأي، كما يعاد بثها بنسبة ٧٨.٤%.

- تبث برامج الرأي من نوع الإخبارية والمناقشات في فترة السهرة بنسبة ١٠٠% وفي الفترة المسائية بنسبة ٤٠.٦% أما برامج الرأي من نوع الإخبارية والمجلة ففي فترة السهرة بنسبة ٦٠.٥%، بينما الإخبارية والمعلومات بنسبة ١٠٠% في الفترة الصباحية، و٢.٩ في الفترة المسائية.

- يوجد تباين في نوعية الاستمالات المستخدمة في الإقناع بالقضية في برامج الرأي وبين سياسة القنوات الفضائية العربية محل الدراسة.

وفي دراسة عن دور البرامج الحوارية، وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب قضايا الطفولة لدى الرأي العام[1]. هدفت إلى التعرف على حجم تغطية البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري لقضايا الطفولة من ناحية، ومدى إدراك الجمهور لأهمية هذه القضايا من ناحية أخرى.

كانت أكثر القوالب الحوارية التلفزيونية المستخدمة في عينة الدراسة قالب حوار داخل الأستوديو بنسبة (٤٣.٢%).

أكثر أساليب التقديم التي اعتمدت عليها البرامج الحوارية في تقديم مضمونها هي أسلوب المادة الكلامية فقط بنسبة (٧١.٩%).

تمثلت أجندة اهتمامات البرامج الحوارية — مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات — في: قضايا الطفولة الاجتماعية، التعليمية، الثقافية، الصحية، الاقتصادية، النفسية، ثم القضايا الرياضية.

٤- إنتاج البرامج الحوارية:

وفي دراسة عن كواليس البرامج الحوارية النهارية في التلفزيون[2] هدف هذا البحث إلى التعرف على كواليس البرامج الحوارية في التلفزيون، ومدى طرح الضيوف لسلبياتهم من خلال البرامج الحوارية

---

(١) إيمان عزالدين، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية في ترتيب أولويات قضايا الطفولة ، مرجع سابق ، ص : ٥٧ .

(٢) Anne Grindstaff. "Airing dirty. Laundry: Behind the Scenes of a day time television talk show". Dissertation abstracts international. Vol. 58, No. 3A, 1996.

النهارية، حيث قامت الباحثة باستخدام أسلوب المقابلة والملاحظة في جمع البيانات الخاصة بعناصر إنتاج البرامج الحوارية (المنتج، المحاور، الضيوف، الجمهور). وأوضحت النتائج ما يلي:

- يتقيد المنتج في اختيار القضايا والأطر الخاصة بها، وكتابة النص الخاص بالضيف (صاحب المشكلة) بما يملى عليه طبقاً لسياسة المحطة.

ودرست باحثة[1] في مجال البرامج الحوارية ذاته دور البرامج الحوارية، وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري. في ترتيب أوليات قضايا الطفولة لدى الرأي العام في ضوء نظرية ترتيب الأولويات، وهي دراسة مسحية (تحليلية- ميدانية)، وهدفت إلى التعرف على تأثير التلفزيون على معارف الجمهور، وتكوين الوعي بأهمية قضايا بعينها، أظهرت الدراسة أن الإخراج الجيد للبرامج التلفزيونية يؤثر بصورة إيجابية على نجاح المقدم التلفزيوني، وأن هناك علاقة إيجابية بين نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية، وإنتاج البرنامج وكذلك الديكور (التصميم الهندسي لشكل الأستوديو) العام للبرنامج.

---

(١) انظر، إيمان عزالدين محمد دوابه، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أوليات قضايا الطفولة لدى الرأي العام، دراسة مسحية، مرجع سابق. ص : ٦٧ .

ملخص نتائج الدراسات:

أولاً: أهمية البرامج الحوارية:

١- تؤدي البرامج الحوارية دوراً كبيراً في تشكيل الفكر العام، وخاصة ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية من خلال المشاركة الجماهيرية ووضع حلول عملية لتلك القضايا والموضوعات.

٢- تتناول البرامج الحوارية عادة القضايا الجديدة على الساحة، وتستضيف المختصين والمشاهير لتقديم تلك البرامج وبالتالي تستحوذ على اهتمام كثير من المشاهدين.

٣- لدى البرامج الحوارية القدرة في وضع الأجندة الأكثر تعليماً مقارنة بالأقل تعليماً، وفيه إشارة لتأثيرها على المستوى الفكري.

ثانياً: مقدمو البرامج الحوارية وأساليب تقديمها:

١- هناك صفات عامة وشخصية وفنية لابد من توفرها في مقدمي البرامج الحوارية حتى يكون المقدم ذا جاذبية للجماهير، والواقع يشهد بنجاح كثير من البرامج الحوارية بسبب نجاح مقدميها.

٢- تعمد بعض البرامج الحوارية إلى استخدام الأسلوب العقلاني أو المزج بين العقلاني والعاطفي، كما تستخدم أسلوب الإثارة وتقديم الافتراضات كعوامل مهمة لإقناع مشاهديها.

٣- تعتمد معظم البرامج الحوارية على المادة الكلامية بنسب تصل إلى أكثر من ٧٠٪ من مكونات البرامج، ولذا فإنها تتخذ صفة الخطابات المباشرة على المستوى الفكري في التأثير على الجمهور، عكس برامج التلفزيون الأخرى التي تشتت تركيز المتلقي بكثرة المثيرات الإخراجية.

٤- على الرغم من أهمية مقدم البرنامج الحواري في نجاح البرنامج. إلا أن الدراسات أثبتت عدم اهتمام مقدمي البرامج والقنوات التي يعملون بها بالتدريب وتطوير مهارات المقدم.

٥- كي تحقق البرامج الإخبارية أهدافها لابد أن تضيف لها برامج حوارية مساندة تقدم وجهات نظر متعددة في معالجتها للموضوعات. وتترك مجالاً لتقديم أفكار ومفاهيم جديدة.

٦- تؤدي الصراعات الشخصية من خلال بعض البرامج الحوارية أحياناً إلى جذب الجمهور، وإثارة انتباهه نحو القضايا المطروحة.

ثالثاً: أشكال البرامج الحوارية:

١- المستوى اللُغوي الأكثر استخداماً في البرامج الحوارية هو عامية المثقفين بنسبة كبيرة ثم الفصحى ثم عامية الأميين.

٢- تتصدر البرامج الحوارية السياسية قائمة البرامج الحوارية الأخرى من حيث المشاهدة خاصة وقت الأزمات السياسية. وذلك لإشباعها الحاجات لإثبات الذات والحصول على المعلومات والإقناع بها.

٣- القنوات الفضائية العربية تبث معظم برامجها الحوارية بثاً مباشراً، وفي الفترة المسائية وتعيد بثها في أوقات أخرى.

٤- أكثر القوالب الحوارية التلفزيونية المستخدمة حوار داخل الأستوديو، وهناك توجه لمشاركة جمهور نوعي داخل الأستوديو.

رابعاً: إنتاج البرامج الحوارية:

١- سياسة الحيطة في الغالب تملئ على المنتج أن يتقيد بالقضايا والأطر المتفق عليها مسبقاً ومنها كتابة النص الخاص بالضيوف المشاركين في تلك البرامج.

٢- الإخراج الجيد ولمقدم الناجح وديكور الأستوديو مهمة لإنتاج برنامج حواري ناجح.

المبحث الثاني

مهارات التفكير والتفكير الناقد

تمهيد

المبحث الثاني يمثل عرضاً نظرياً للمتغير الرئيسي الثاني في الدراسة وهو التفكير الناقد، وقد جاء بعنوان مهارات التفكير ، والتفكير الناقد بحيث يغطي موضوع التفكير الناقد وخلفياته المعرفية وذلك من خلال البحث في ثلاث مطالب هي على النحو التالي .

المطلب الأول : ويتناول التفكير من حيث طبيعته حيث تناول الباحث فيه تعريف التفكير ومفاهيمة ثم يتناول خصائص التفكير وعلاقته ببعض المفاهيم المجردة والمحسوسة كذلك يتناول فيه مكانة التفكير في الإسلام .

المطلب الثاني : ويعرض فيه الباحث مهارات التفكير وأنواعها وخصائصها ومجالاتها وأهمية تعليمها للطالب .

أما المطلب الثالث : فركز فيه الباحث على مهارة التفكير الناقد حيث تعرض الباحث المفهوم التفكير الناقد ، وأهميته في التعرض للإعلام ، كذلك خصائص التفكير الناقد وخطواته ومعوقاته ، ثم مفهومه في التربية الإسلامية ، وأخيراً استعرض فيه الباحث تصنيفات مهارات التفكير الناقد وقياسها.

المطلب الأول

التفكير طبيعته ومكانته في الإسلام

أولاً: تعريف التفكير:

يقال فَكّرَ في الأمر: أعمل عقله في المشكلة ليتوصل إلى حلها فهو مفكر، والتفكير: إعمال العقل في مشكلة للتوصل إلى حلها، والفِكرُ: إعمال العقل في المعلوم للوصول إلى معرفة مجهول، ويقال لي في الأمر فِكرُ أي نظر وروية، ومالي في الأمر فِكرُ : مالي فيه حاجة ولامبالاة[١]، والفَكرُ والفِكرُ بمعنى واحد إعمال الخاطر في الشيء[٢] .

ومدار المعنى اللغوي للتفكير حول النشاط العقلي أو الذهني الهادف، الذي انطلق منه كثير من المتخصصين في تعريفاتهم الاصطلاحية، وتباينت وجهات نظرهم حول تلك التعريفات الاصطلاحية للتفكير، إذ قدموا تعريفات مختلفة استناداً إلى أسس واتجاهات نظرية متعددة، فمنهم من يعرفه على أنه عملية سلوكية خارجية، وآخرون يرون أنه عملية معرفية داخلية. فالسلوكيون يرون أنه يجب على علم النفس أن يتعامل مع سلوك الفرد الملحوظ بشكل تجريبي كأساس لمعلوماته، فالعمليات الداخلية لا يمكن ملاحظتها مباشرة . أما المعرفيون فيقولون أن السلوك هو مجرد نتيجة للتفكير، كما أن التعلم هو نتيجة لمحاولة الفرد الجادة لفهم العالم المحيط به عن طريق استخدام أدوات التفكير المتوافرة لديه، ولذا يجب أن تركز على عملية تكون المعلومات التي تُكوّن السلوك وكيفية تناولها[٣] .

وفيما يلي استعراض لأهم التعريفات الاصطلاحية، التي تناولت التفكير بهدف مقارنتها وتحديد أهم المتغيرات العامة للتفكير.

---

(١) إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، الجزء الثاني،(ب ، ت) ص:٦٩٨

(٢) أبو الفضل جمال الدين، لسان العرب، دار صادر بيروت، المجلد الخامس، الطبعة الثالثة، ١٩٩٤، ص:٦٥

(٣) Mayer. W . and Richard, E (1983). Thinking. Problem Solving. Cognition. Newyork. W.h. Freeman and company.

١) معنى التفكير في اصطلاح المتقدمين من علماء الإسلام :

استخدم المتقدمون من علماء الإسلام لفظ التفّكر، أكثر من استخدامهم للفظ التفكير وإن كان المعنى واحد، وذلك لمتابعتهم والتزامهم بألفاظ وتعبيرات القرآن الكريم[١] والسنة المطهرة، وللاستشهاد على ذلك يورد الباحث بعضاً من تلك الاستخدامات:

يقول ابن القيم – رحمه الله- " الفكر هو بداية ومفتاح الخيرات كلها، وهذا يكشف لك فضل التفكّر وشرفه، وانه من أفضل أعمال القلب وأنفعها له، حتى قيل: تفكّر ساعة خير من عبادة سنة[٢]".

ويقول في موضع آخر" الفكر هو إحضار معرفتين في القلب ليستثمر منهما معرفة ثالثة- إلى أن قال: "وهذا يسمى تفكراً [٣]". ولذا نجده رحمه الله استخدم لفظ الفكر والتفكّر بمعنى واحد وهو التفكير.

ويفرق رحمه الله بين معاني : التذكّر، والتفكّر، والفكر، بقوله: "أما التذكر يفيد تكرار القلب على ما علمه وعرفه، ليرسخ فيه ويثبت ولا ينمحي فيذهب أثره من القلب، وأما التفكّر يفيد تكثير العلم واستجلاب ما ليس حاصلاً عند القلب، وأما الفكر لا يجري إلا من خلال التفكّر، وفكر بدون متفكّر أمر محال"[٤].

ويقول القرطبي في تفسيره عند ذكر الموت" الموت وإن كان مصيبة عظمى، ورزية كبرى، فأعظم منه الغفلة، والإعراض عن ذكره، وترك التفكير فيه، وترك العمل له، وأن فيه وحده لعبرة لمن أعتبر، وفكرة لمن تفكر[٥]". فجاء بألفاظ التفكير والفكرة والتفكّر للدلالة عن معنى واحد وهو عكس الغفلة عن ذكر الموت.

---

(١) عمر بن حسن الراشدي، التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية، رسالة دكتوراه- غير منشورة- من كلية التربية/ جامعة أم القرى، ١٤٢٧هـ، ص:٩٠.

(٢) محمد بن أبي بكر ابن القيم الجوزية، مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية أهل العلم والإرادة، تحقيق: علي حسن عبد الحميد، دار بن عفان، القاهرة، ط١،ج١، ١٤١٦هـ، ص: ٥٤٥.

(٣) محمد بن ابي بكر ابن القيم الجوزية، مفتاح دار السعادة ولاية أهل العلم والإرادة تحقيق: علي حسن عبد الحميد، دار بن عفان، القاهرة، ط١،ج١، ١٤١٦هـ ، مرجع سابق ص: ٥٤٢.

(٤) محمد بن أبي بكر ابن القيم الجوزية، مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية أهل العلم والإرادة ، دار الكتب العلمية، بيروت، ط١، ١٤١٣هـ، الجزء١-٢، ص:١٨٨-١٨٩.

(٥) محمد بن أحمد القرطبي، الجامع لأحكام القرآن والمبين لما تضمنه من السنة وآي الفرقان ، تحقيق الدكتور عبدالله التركي ، الجزء ٨، ط١، ١٤٢٧هـ، ص:٢٦٤.

ويصف الغزالي فضيلة التفكّر على أنها "أزود من مجرد الذكر وخير من مجرد التذكر"[١]. وفي هذا إشارة واضحة لأهمية إعمال العقل بالتفكير.

ومما تقدم يتضح أنه لا فرق جوهري بين لفظي التفكير والتفكّر إلا أن الأخير يرتبط بالجوانب التعبدية بشكل أكبر، ولعل من الشواهد على هذا الفارق قول الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم – من حديث أبي سعيد الخدري" أعطوا أعينكم حظها من العبادة، قالوا : يا رسول الله وما حظها من العبادة؟، قال: النظر في المصحف والتفكر فيه والاعتبار عن عجائبه"[٢] رواه البيهقي .

ويقول ابن القيم في هذا " وأحسن ما أنفقت فيه الأنفاس، التفكّر في آيات الله وعجائب صنعه[٣]".

سُئلَ إبراهيم بن أدهم عن العبادة فقال: "رأس العبادة التفكّر، والصمت إلا من ذكر الله عز وجل"[٤].

ويتضح لنا مما تقدم التشابه الكبير بين معنى كلمتي التفكير والتفّكر في اصطلاح المتقدمين على النحو التالي:

١/ استخدم المتقدمون من علماء الإسلام كلمة التفكّر أكثر من كلمة التفكير، وذلك لشيوع هذا اللفظ عندهم، وذلك لمتابعتهم والتزامهم بألفاظ وتعبيرات القرآن الكريم والسنة المطهرة.

٢/ لا يوجد فرق كبير في المعنى بين كلمتي التفكّر والتفكير، إلا من وجهين، أحدهما لغوي حيث أن كلمة التفكّر تفيد صيغة المبالغة، والآخر شرعي وهو ارتباط هذا اللفظ بالجوانب التعبدية، ولا يعني هذا ابتعاد المعنى بين الكلمتين.

---

(١) محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، دار المعرفة، بيروت (ب . ت)، ج٤، ص:٤٢٦.

(٢) شعب الإيمان / الصفحة – الرقم : ٢/٨٩٠، إسناده ضعيف .

(٣) محمد بن أبي بكر ابن القيم الجوزية، مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية أهل العلم والإرادة ، دار الكتب العلمية، بيروت، ط١، ١٤١٣هـ، الجزء١-٢،مرجع سابق ص: ١٨٨.

(٤) أحمد بن الحسين بن علي البيهقي ، شعب الإيمان ، تحقيق : محمد السعيد بسيوني، دار الكتب العلمية، بيروت ، ط١، ١٤١٠هـ، ج٤ص: ٢٦٤.

٣/ تشير كلمة التفكّر إلى معاني: التمحيص والتدقيق وشدة الملاحظة، أكثر من مجرد التفكير، وفي هذا دلالة على الحث على إعمال العقل بالتفكير، خاصة في حياة المسلم للإهتداء إلى قدرة الخالق جل شأنه.

٢) معنى التفكير في اصطلاح المؤلفات الحديثة (الأجنبية والعربية) :

- يرى "كوستا"[١] المتخصص في مهارات التفكير، أن التفكير هو المعالجة العقلية للمدخلات الحسية بهدف تشكيل الأفكار، من أجل إدراك المثيرات الحسية والحكم عليها.
- "باريل" [٢] يعرف التفكير بمعناه البسيط، بأنه يمثل سلسلة من النشاطات العقلية التي يقوم بها الدماغ عند تعرضه لمثير ما، بعد استقباله عن طريق إحدى الحواس الخمس، أما بمعناه الواسع فهو عملية بحث عن المعنى في الموقف أو الخبرة.
- كما يعرفه "القطامي"[٣] على أنه: عملية ذهنية يتطور فيها المتعلم من خلال عمليات التفاعل الذهني بين الفرد وما يكتسبه من خبرات، بهدف تطوير الأبنية المعرفية والوصول إلى افتراضات وتوقعات جديدة.
- ويذكر "رزق"[٤] تعريف موسوعة علم النفس التربوي للتفكير على أنه: نشاط ذهني أو عقلي يتضمن سيلاً من الأفكار تبعثه وتثيره مشكلة أو مسألة تحتاج إلى حل، فهو لا يحدث إلا إذا سبقته مشكلة تتحدى عقل الفرد. فالتفكير مفهوم افتراضي يتضمن سيلاً أو توارداً غير منظم من الأفكار والصور والذكريات والانطباعات العالقة في الذهن.
- وينتهي "العتوم" وآخرون[٥] إلى أن التفكير هو: نشاط معرفي يعمل على إعطاء المثيرات البيئية معنى.ودلالة من خلال البنية المعرفية لتساعد الفرد على التكيف والتلاؤم مع ظروف البيئة.

---

(١) Costa. A . Glossary of Thinking Skills. Developing Minds; A Resouree Book for Teachimking. California, VA;Association for Supervision and Curriculum Development A(1985).

(٢) Barell,. Grating our Pathways: Teaching Students to think and beeome selfdireeted .In N . Colangelo&G. A . Davis(eds.), Hand Book of gifted educaneedham Heights, M A: Allyn and Bacon.J.(1991). Tion(pp.256-270).

(٣) نايفة قطامي. تعليم التفكير للمرحلة الأساسية . عمان . دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع(٢٠٠١)ص:٤٣ .

(٤) أسعد رزق . موسوعة علم النفس . بيروت. المؤسسة العربية للدراسات والنشر.(١٩٧٧) ص: ١٣٢

(٥) عدنان يوسف العتوم وأخرون . تنمية مهارات التفكير . دار المسيرة للنشر . عمان ، الطبعة الأولى ، (٢٠٠٧) ص : ٣٥ .

(٥) عدنان يوسف العتوم وأخرون . تنمية مهارات التفكير. دار المسيرة للنشر . عمان. الطبعة الأولى . (٢٠٠٧)ص: ٣٥

- ويعرف "يوسف قطامي" التفكير بأنه: عملية ذهنية يتم بواسطته تشغيل الذهن بهدف معالجة ما يواجه الفرد في المواقف سواء كانت عشوائية أو منظمة، وتستند هذه العملية على فرضية مفادها " أن لدى كل فرد الاستعداد للتفكير"[١].
- وعرفه "جروان": بأنه عملية البحث عن المعنى في المواقف أو الخبرة، وقد يكون هذا المعنى ظاهرا حينا وغامضا حينا آخر، ويتطلب التوصل إليه تأمل وإمعان النظر في مكونات الموقف أو الخبرة التي يمر الفرد بها.[٢]
- ويعرفه "غباين" بأنه " تلك العملية الذهنية التي يتفاعل بها المتعلم مع ما يواجهه من خبرات ومواقف، ويولد منها الأفكار ويحللها ويحاكمها ويعيد تنظيمها وترميزها بهدف إدماجها في بنائه الذهني"[٣].

وبالنظر إلى تلك التعريفات السابقة وغيرها، نجد أن هناك تباين في تحديد معنى موحد للتفكير، وذلك لعدة أسباب من أهمها أن دراسة التفكير تتنازعها أربعة علوم رئيسية هي علم الدماغ، وعلم المنطق، وعلم النفس، وعلم الذكاء الصناعي،كذلك كون التفكير موضوع دراسة من قبل مدارس (مذاهب) فكرية ونفسية متعددة، لكل منها رؤية خاصة في تناوله[٤]،ولذا يعد التفكير من الموضوعات التي تختلف الرؤى حوله، والتي تعكس تعقد العقل البشري، وتعقد عملياته، وتبين لنا أنه كغيره من المفاهيم المجردة استخدمه العلماء بمسميات وأوصاف عدة، ليميزوا بين نوع وآخر من أنواعه، وليؤكدوا على تعقده، وصعوبة الإحاطة بجميع جوانبه، ويحاول الباحث هنا استخلاص حث أهم المعاني الجوهرية الواردة في تلك التعريفات على النحو التالي:

١/ يشير التعريف اللغوي للتفكير إلى النشاط العقلي اللازم لحل الغموض الذي يتعرض له الفرد في موقف ما،وهذه النقطة تمثل أساساً انطلقت منه كثير من التعريفات الاصطلاحية.

٢/ استخدم المتقدمين من علماء الإسلام كلمة التفكّر أكثر من التفكير لارتباطهم بنصوص الكتاب والسنة، وإن كان معنى الكلمتين متقارب.

---

(١) يوسف قطامي، النمو المعرفي واللغوي. عمان، الأهلية للنشر والتوزيع (٢٠٠١)ص:٣٦.

(٢) فتحي جروان، تعليم التفكير مفاهيم وتطبيقات، دار الفكر،عمّان، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٧، ص: ٤٠

(٣) عمر غباين . تطبيقات مبتكرة في تعليم التفكير . عمان جهينة للنشر والتوزيع . الطبعة الأولى (٢٠٠٤)،ص:٢٤.

(٤) حسن زيتون. تنمية مهارات التفكير. الدار الصولتية للتربية/ الرياض. ١٤٢٩هـ،ص:٢٧.

٢/ التفكير كمفهوم قابل للتعلم والنمو والتدريب والاستفادة من الخبرات المعرفية السابقة.

٣/ يتكامل التفكير في وظيفته مع بعض المفاهيم العقلية الأخرى مثل : المخ والذاكرة والذكاء والتعلم.

٤/ينشط الفكر عند تعرض الفرد لغموض في موقف ما ويحتاج إلى حل هذا الغموض.

٥/ أن لدى كل فرد استعداداً مسبقاً للتفكير كي يستطيع التكيف مع ظروف بيئته.

ثانياً: خصائص التفكير:

تتنوع خصائص التفكير العامة لتشمل جميع مستويات التفكير ومكوناته، كما تشمل أيضا العديد من الخصائص التي وردت في مختلف تعريفات التفكير بمختلف اتجاهاتها، ولذا يورد الباحث بعض الخصائص التي اشتركت في كثير من تلك تعريفات من كتب المتخصصين، فيما يسمى بالخصائص العامة للتفكير على النحو التالي:

١- التفكير سلوك تطوري يتغير كماً ونوعاً تبعاً لنمو الفرد وتراكم خبراته.

٢- التفكير سلوك هادف، فهو لا يحدث في فراغ أو بلا هدف. وإنما يحدث في مواقف معينة[1].

٣- التفكير يأخذ أشكالاً أو أنماطاً عديدة كالتفكير الناقد والإبداعي والمجرد والمنطقي وغيره.

٤- التفكير الفعّال هو التفكير الذي يوصل إلى أفضل المعاني والمعلومات الممكن توافرها، ويسترشد بالأساليب والاستراتيجيات الصحيحة[2].

٥- التفكير مفهوم نسبي فلا يعقل لفرد ما أن يصل إلى درجة الكمال في التفكير أو أن يحقق ويمارس جميع أنماط التفكير. ويتشكل التفكير من تداخل عناصر البيئة التي يجري فيها التفكير (فترة التفكير) والموقف أو الخبرة.

٦- التفكير نشاط عقلي غير مباشر[1]، ويحدث التفكير بأشكال وأنماط مختلفة. (لفظية، رمزية، كمية، منطقية، مكانية، شكلية)، لكل منها خصوصية.

٧- عملية التفكير يمكن ملاحظتها وقياسها والتعرف على مدى نموها.

٨- يعتمد التفكير على ما استقر في ذهن الفرد من معلومات عن القوانين العامة للظواهر.

---

(١) فتحي جروان، تعليم التفكير مفاهيم وتطبيقات ، مرجع سابق ، ص:٤٢.

(٢) حسن زيتون. تنمية مهارات التفكير ، مرجع سابق ، ص ٣٧.

(١) نايفة قطامي. تعليم التفكير للمرحلة الأساسية، مرجع سابق ، ص: ٥٥.

٩- اللغة شريك أساسي للتفكير يؤلفان وحدة معقدة لا تنفصم عراها حيث تمثل اللغة واسطة التعبير عن التفكير.

١٠- يتسم التفكير بالإشكالية حيث يتخذ من المشكلات موضوعاً له على شكل تساؤل أو تساؤلات.

ولعل أهم ما ميز به الباحثون من تلك الخصائص العامة ما يتعلق بخصائص التفكير المركب، حيث قسموا التفكير إلى مستويين أساسيين هما : التفكير الأساسي والتفكير المركب، حيث يتضمن التفكير الأساسي مهارات كثيرة مثل اكتساب المعرفة وتذكرها، والملاحظة، والمقارنة، والتصنيف، وهي مهارات يتفق الباحثون على أن إجادتها أمر ضروري قبل الانتقال إلى مستويات التفكير المركب التي من أهم خصائصها كما يذكرها "بول"[٢] أحدُ الباحثين الذين ارتبطت أسماؤهم بموضوع التفكير كما يلي:

١- لا تقرره علاقات رياضية، أي أنه لا يمكن تحديد خط السير فيه بصورة وافية بمعزل عن عملية تحليل المشكلة.

٢- يشتمل على حلول مركبة أو متعددة.

٣- يتضمن إصدار حكم أو إعطاء رأي.

٤- يستخدم معايير أو محكات متعددة.

٥- يحتاج إلى مجهود، ويؤسس معنى للموقف.

---

(٢) فتحي جروان . تعليم التفكير مفاهيم وتطبيقات ، مرجع سابق ، ص:٤٣

ثالثاً: علاقة التفكير ببعض المفاهيم المرتبطة به (المجردة والمحسوسة):

١) علاقة التفكير بالدماغ:

الدماغ من المفاهيم المحسوسة المعقدة تشريحياً ووظيفياً والتي ترتبط بالتفكير بشكل مباشر وتعكس تعقده أيضا، فقد توصلت البحوث والدراسات البيولوجية والعصبية حول تكوين الدماغ البشري وتطوره إلى معلومات قيمة فسرت العديد من وظائفه حيث يستخدم فقط ٢٠% من طاقة جسم الإنسان، ويولد مقدار واط واحد من الطاقة في حالة الوعي وتنتقل المعلومات(بلايين الوحدات من المعلومات في الثانية) فيه بسرعة ٢٥٠ ميل في الساعة عابرة بين جانبي الدماغ الأيمن والأيسر[١]، حيث ينقسم الدماغ إلى نصفين، يتولى كل نصف الوظائف المعاكسة لجهته من الجسم، فالنصف الأيمن يتولى إدارة الأجزاء اليسرى من الجسم، وفيه تتركز الوظائف المرتبطة بالإبداع، والتنظيم الفراغي، والوعي الفني .. الخ. أما النصف الأيسر فيتولى إدارة وتحريك الأعضاء اليمنى من الجسم وفيه تتركز الوظائف المرتبطة باللغة، والقدرة على التحليل، والمهارات العددية وغيرها. ومع ذلك فهناك وظائف يقوم بها أحد النصفين بصورة أفضل من النصف الآخر. ولقد كشف الباحثون عن وجود علاقة بين أسلوب التفكير، وجانبي المخ (الأيمن والأيسر) وقد أشار الباحثون إلى أن الأفراد يميلون إلى الاعتماد بشكل متسق على أحد جانبي المخ أكثر من الآخر أثناء معالجة المعلومات، حيث أشير إلى هذا الجانب بالجانب المسيطر (السائد) لدى الأفراد، وقد ترتب على ظهور مفهوم السيطرة الدماغية افتراض مفاده: أن سيطرة أحد جانبي الدماغ لدى الأفراد يمكن أن يعبر عن نفسه على شكل أسلوب معين يتبناه الفرد في عملية التفكير والتعلم[٢]. ومن هذه النتيجة يمكن القول أن عامل الوراثة من الأسباب الهامة في تحديد أسلوب وطريقة التفكير التي يفضلها الفرد، إلا أن أسباباً أخرى غير وراثية كالتنشئة والتعلم والتدريب مهمة في تطوير أساليب، تفكير سائدة، بالإضافة إلى تنمية أساليب أخرى[١].

---

(١) Clark. Growing up giftedness(4th ed). New York: Macmillan Publishing Company, B. (1992)

(٢) Costa. A . Glossary of Thinking Skills. Developing Minds; A Resouree Book for Teachimking. California, VA;Association for Supervision and Curriculum Development A(1985).

(١) De Bono . Thinking Course .New York, Facts on File, Inc, E(1994)٢٨

٢) علاقة التفكير ببعض المفاهيم المجردة (الذاكرة – الذكاء – التعلم)

الذاكرة هي ذلك الجزء من الدماغ البشري الذي تتجمع فيه المعلومات التي تكتسب خلال الحياة، وهي سجل مفصّل بالمعلومات التي تسجل عن طريق الحواس الخمس ابتداءً، ومن ثم تعالج المعلومات وتنسق وتحول إلى أنماط يمكن تميزها وإدراكها ومن ثم فهمها، وتنقسم الذاكرة إلى ثلاثة أقسام هي : الذاكرة الحسية من خلال الحواس الخمس وتمثل المدخل إلى عملية التعلم، والقسم الثاني الذاكرة قصيرة الأجل تستعمل في الحياة اليومية لخزن المعلومات التي تحدث وتستمر إلى ثلاثين ثانية فقط، والقسم الثالث الذاكرة طويلة الأجل وفي هذا القسم تنتقل المعلومات من الذاكرة القصيرة إلى طويلة الأجل وتخزن على شكل أنماط يمكن تفسيرها وإعطاؤها معنى، ويقوم هذا القسم أيضا بعدة عمليات مثل تحليل المعلومات وتفسيرها وإدراك العلاقات التي تربط بينها، وتنظيمها للاحتفاظ بها لأطول فترة ممكنة، ويرى بعض العلماء المتخصصين أن هذه العمليات التي تحدث في الذاكرة الطويلة الأجل ما هي إلا عمليات تفكير محضة.

ويطلق البعض من علماء التفكير على العمليات التي تحدث في هذا القسم "بنظرية معالجة المعلومات"[(٢)]، حيث تتمثل معالجة المعلومات في استدعاء المعلومات من الذاكرة طويلة الأجل من خلال الترميز أو التكرار ومن ثم ربطها وتحليلها وتنظيمها ومعالجتها. وفي الجانب المقابل من هذا الرأي يرى بعض علماء النفس المعرفيين أن الذاكرة تخدم التفكير وتسله لكنها لا تقوم بعملية التفكير نفسها وكل من التفكير والذاكرة يكمل الآخر[(٣)]

أما بالنسبة لمفهوم الذكاء فتوضح كثير من تعريفاته التداخل الشديد بينه وبين والتفكير، ويشبه عالم التفكير الايطالي " أدواردي بونو" العلاقة بين الذكاء والتفكير كعلاقة قائد السيارة بسيارته، فالتفكير هو الذي يقود الذكاء ويوجهه نحو الهدف[(٤)]، لاسيما وأن هناك وحسب النظريات الحديثة للذكاءات المتعددة، ما يسمى بالتدريب على تطوير الذكاءات المختلفة للفرد من خلال مهارات التفكير. ولذا فإن مهارات التفكير- القابلة للتعلم- تعد من أهم الأدوات لتطوير الذكاء السائد لدى الفرد.

---

(٢) أسعد رزق . موسوعة علم النفس ، مرجع سابق ، ص: ١٢٣ .

(٣) مندور عبد السلام فتح الله . تنمية مهارات التفكير.دار النشر الدولي، الرياض، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٨

(٤) WWW.AL-JAZIRAH.COM..MAGAZINE..10082005..SNEC28.HTM

أما مفهوم التعلم فيمكن القول أنه والتفكير وجهان لعملة واحدة، فالفرد الذي يريد أن يطور من مستوى تعلمه الذاتي، لابد له أن يجيد مهارات التفكير، وهو ما أدركته التربية الحديثة حيث أثبتت الدراسات السابقة اثر تطوير التفكير على تطوير التحصيل لدى الطلبة[1]، ومهارات التفكير هي الأخرى لا تتطور إلا من خلال تعلمها أولاً والتدريب عليها.

رابعاً: مكونات التفكير ومستوياته

هناك من يصنف مكونات التفكير إلى ثلاث مستويات: بناء على درجة تعقدها المعلوماتية ودرجة الالتزام بها وعلاقتها بالشخصية كما يراها "جروان وآخرون"[2]، كمايلي:

١) العمليات المعرفية: وتتمثل في ثلاث أنواع هي:

أ. عمليات معقدة مثل حل المشكلات.

ب. عمليات معرفية أقل تعقيداً مثل الاستيعاب والتطبيق والاستدلال.

ت. عمليات توجيه وتحكم فوق معرفية(تخطيط، مراقبة، تقويم).

٢) المحتوى العلمي والمعرفة الخاصة: وهي المعرفة بمحتوى موضوع مادة دراسية معينة، أو مشكلة، أو ظاهرة معينة.

٣) الاستعدادات والعوامل الشخصية: وتشتمل على استعدادات وراثية وعوامل شخصية، مثل الاتجاهات والميول والقيم والقدرات العقلية[3].

وهناك من يصنف التفكير ومهاراته إلى ثلاث مستويات هي:

١- الدنيا: وتشمل التذكر، وإعادة الصياغة.

٢- الوسطى: وتشمل مجموعة من المهارات مثل : طرح الأسئلة، التوضيح والمقارنة، التصنيف والتركيب، التفسير والاستنتاج والتنبؤ، فرض الفروض، التمثيل، التخيل والاستدلال والتحليل.

---

(١) انظر الدراسات السابقة في المقدمة المنهجية .

(٢) فتحي جروان . تعليم التفكير مفاهيم وتطبيقات ، مرجع سابق ، ص:٤٤.

(٣) يوسف قطامي، النمو المعرفي واللغوي ، مرجع سابق ، ص: ٧٢.

٣- العليا : وهي التي تتكون من مجموعة مركبة من مهارات المستوى الأوسط، والبعض يصنفها كأنواع لمهارات التفكير مثل: التفكير الناقد، وحل المشكلات، والتفكير الابتكاري والتفكير وراء المعرفي.

ويصنف "سعادة"[(١)] مستويات التفكير بناءً على تميز الطلاب بعضهم عن بعض بحسب قدراتهم ومستوياتهم العمرية إلى مستويين رئيسيين هما:

١ / التفكير الأساسي: ويتضمن الأنشطة العقلية غير المعقدة، والتي تتطلب تنفيذ المستويات الثلاث الأولى من تصنيف "بلوم" في المجال المعرفي والمتمثلة في (الحفظ والفهم والتطبيق)، إضافة إلى القليل من المهارات الأخرى كالملاحظة والمقارنة والتصنيف.

٢/ التفكير المركب ويتضمن مجموعة من العمليات العقلية المعقدة التي تضم مهارات التفكير الناقد والإبداعي وحل المشكلات واتخاذ القرارات والتفكير ما وراء المعرفي.

وقد أشارت "الخليلي"[(٢)] كذلك إلى ثلاثة مستويات للتفكير، هي:

١) المستوى فوق المعرفي ويشمل مهارات : التخطيط والمراقبة، والتقييم.

٢) المستوى المعرفي (المركب)، ويشمل عمليات التفكير الناقد، وحل المشكلات، واتخاذ القرارات، والتفكير الإبداعي.

٣) مستوى مهارات التفكير الأساسية كالتصنيف، والمقارنة، والملاحظة، ... الخ.

ومما سبق يتضح لنا أن مهارة التفكير الناقد "موضوع البحث" من المهارات التي تقع في المستوى المعرفي المركب أو من المهارات العليا التي تعتمد على أكثر من مهارة أساسية كالملاحظة والاستنتاج والتفسير. وترتبط بسلوكيات تفكيرية عديد كالمنطق وحل المشكلات والتفكير المجرد والتفكير التأملي، والتفكير الإبداعي والتفكير الاستدلالي، وذلك في كثير من الخصائص و الاستراتيجيات ضمن ما يسمى بالمستويات المعرفية المركبة أو أشكال التفكير عالي الرتبة[(١)]، وبعض المتخصصين يرى أن

---

(١) جودة أحمد سعادة. تدريس مهارات التفكير. عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٣.ص: ٦٥

(٢) أمل الخليلي. الطفل ومهارات التفكير، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط١ ، ٢٠٠٥.ص: ٨٣

(١) شاكر عبدالرحمن وآخرون ، تربية التفكير ، دار القلم، الإمارات العربية، دبي ، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥، ص:٤٧.

التفكير الناقد يرتبط بشكل خاص أيضا بالعمليات فوق المعرفية(٢). ولذا فإن مهارات التفكير الناقد تدخل في أكثر من مستوى وضمن أكثر من مكون من مكونات التفكير بشكل عام. وقد خصص الباحث المطلب الثالث من هذا المبحث للحديث العلمي المفصل عن مهارة التفكير الناقد.

خامساً: مكانة التفكير في الإسلام

ليس هناك دين أعطى العقل والتفكير مساحة كبيرة من الاهتمام مثل الدين الإسلامي الذي أعلى من شأن العقل والتفكير، ويتضح لمن يقرأ ويتدبر القرآن الكريم انه يخاطب الإنسان المسلم، ويركز على عقله ووعيه وتفكيره في مواضع كثيرة جداً(٣) ولما كان العقل رمزاً للتفكير ومحوراً لارتكازه كان الخطاب القرآني يرتكز على وظائفه بجميع خصائصها ومدلولاتها(٤)، فتارة يخاطب العقل الوازع، كما في قوله تعالى﴿ وَهُوَ ٱلَّذِى يُحۡىِۦ وَيُمِيتُ وَلَهُ ٱخۡتِلَٰفُ ٱلَّيۡلِ وَٱلنَّهَارِۚ أَفَلَا تَعۡقِلُونَ ﴿٨٠﴾ ﴾(١)، والآيات في هذا السياق كثيرة.

وتارة يخاطب القرآن الكريم العقل الحكيم المدرك بمعنى اللبيب، كما في قوله تعالى ﴿ وَٱلرَّٰسِخُونَ فِى ٱلۡعِلۡمِ يَقُولُونَ ءَامَنَّا بِهِۦ كُلٌّ مِّنۡ عِندِ رَبِّنَاۗ وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّآ أُوْلُواْ ٱلۡأَلۡبَٰبِ ﴿٧﴾ ﴾(٢)،والآيات في هذا السياق كثيرة .

وتارة يخاطب القرآن العقل المفكر حيث وردت الآيات في موضوع التفكير على وجه التحديد في ثمانية عشر موضعاً، بخمسة ألفاظ على النحو التالي:

---

(٢) Lipman. Thin king in Educaion . U.S.A. Cambridge,M(1991).

(٣) عبدالرحمن الفرج، الإسلام والتفكير، الجريسي ، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٤، ص: ١٩.

(٤) القرآن لم يتحدث ولا في كلمة واحدة عن العقل بصيغة العقل وإنما ذكر التعقل أي الوظيفة أو العملية التي هي: تعقلون ويعقلون وعقلوه ونعقل، وقد ذكرت هذه الوظيفة للإنسان في القرآن في تسعة وأربعين موضوعا، ولم يعن بها أبداً عضوا أو جوهرا اسمه العقل بل نجد أنه لم يعز التعقل إلى عضو في الرأس وإنما عزاه إلى جهة أخرى سماها القلب وهي ليست طبعا تلك الغدة الصنوبرية المادية وإنما هي الوظيفة المدركة فقال سبحانه: (أفلم يسيروا في الأرض فتكون لهم قلوب يعقلون بها) والقلب مكان الفؤاد وآلة العقل قال ابن كثير: "والأفئدة هي العقول التي مركزها القلب على الصحيح وقيل الدماغ، والعقل به يُميَّز بين الأشياء ضارِّها ونافِعِها" وذلك عند تفسيره قوله تعالى:(وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لا تَعْلَمُونَ شَيْئاً وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ) (النحل:٧٨).انظر: نظرية المعرفة بين القرآن والسنة للدكتور راجح الكردي، http://www.dahsha.com/viewarticle.php?id

(١) سورة "المؤمنون".

(٢) سورة "آل عمران"

١- بلفظ "يتفكرون" أحدى عشر مرة[٣].

٢- بلفظ "تتفكرون" ثلاث مرات[٤].

٣- بلفظ "يتفكروا" مرتين[٥].

٤- بلفظ "تتفكروا" مرة واحدة[٦].

٥- بلفظ "فكّر" مرة واحدة أيضا[٧].

ويؤكد الدكتور "راجح الكردي"[٨] في كتابه "نظرية المعرفة بين القرآن والسنة" على بيان وظائف العقل تلك حيث يقول "إذا ما جئنا لوظائف الإنسان بصفته مفكرا وعاقلا ومنوطا به وظيفة الاستخلاف في الأرض، وجدنا أننا إذا عبرنا عنها باستعمال العقل فإنها لا تنحصر في العقل الذي هو مناط التكليف، وإنما تتجاوزه إلى العقل الوازع والعقل المدرك والعقل الذي يناط به التأمل الصادق، والحكم الصحيح، بل يعم الخطاب القرآني كل ما يتسع له الذهن الإنساني من خاصة أو وظيفة". وقد جاء القرآن الكريم بالتفكير ضمن منهجية علمية تبين مكانة العقل والعلم وعلاقتهما بالتفكير العلمي حيث يشير إلى تلك العلاقة "خليل الحيدري" في دراسته لمنهجية التفكير العلمي في القرآن الكريم حيث انتهى إلى أن القرآن الكريم يؤكد في منهجيته العلمية وهو يدعو إلى التفكّر على توظيف جميع العمليات العقلية عند طرح فكرة أو معالجة قضية، أو ذكر مسألة، أو عرض موضوع؛ وذلك حفظاً وتدبراً، وفهماً، وتطبيقاً، وتحليلاً، وتركيباً، وتصنيفاً، وربطاً، وتقويما، واستقراءً، واستنباطاً، واستدلالاً. وذلك بأسلوب سهل التطبيق في مختلف مواقف الحياة على وجه العموم، وفي المواقف التعليمية على وجه الخصوص دون تكلف[١].

---

(٣) انظر مواضع الآيات التي ورد فيها لفظ يتفكرون ،، ال عمران: ١٩١- الأعراف ١٧٦ - الرعد : ٣ – النحل : ٤٤ و٦٩ – الروم :٢١ – الزمر : ٤٢ – الجاثية : ١٣ – الحشر ٢١.

(٤) أنظر مواضع الآيات التي ورد فيها لفظ تتفكرون ،، البقرة : ٢١٩ و ٢٦٦ – الأنعام : ٥٠ .

(٥) أنظر مواضع الآيات التي ورد فيها لفظ يتفكروا ،، الأعراف : ١٨٤ – الروم : ٨ .

(٦) أنظر مواضع الآيات التي ورد فيها لفظ تتفكروا ،، سبأ : ٤٦ .

(٧) أنظر مواضع الآيات التي ورد فيها لفظ فكّر ،، المدثر : ١٨ .

(٨) http://www.dahsha.com/viewarticle.php?id

(١) خليل بن عبدالله الحيدري، منهجية التفكير العلمي في القرآن الكريم وتطبيقاتها التربوية في المؤسسات الجامعية المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية جامعة أم القرى ، ١٤٢٢هـ.

وتحفل السنة النبوية كذلك بكثير من الدلالات التي تشير إلى مكانة التفكير وإعمال العقل في حياة المسلم، ومن ذلك حديث عائشة [٢] عندما سُئلت عن أعجب شيء رأته من رسول الله صلى الله عليه وسلم، إلى أن قالت: بأن رسول الله صلى الله عليه وسلم قام من الليل فتطهر، ثم قام يصلي، وبكى. فجاء بلال يؤذنه بالصلاة، فلما رآه يبكي قال: يا رسول الله لِمَ تبكي وقد غفر الله لك ما تقدم من ذنبك وما تأخر ؟ قال : أفلا أكون عبداً شكورا. لقد نزلت عليّ الليلة آية، ويل لمن قرأها ولم يتفكر فيها (إن في خلق السموات والأرض واختلاف الليل والنهار لآيات لأولى الألباب(١٩٠))[٣]. قيل للأوزاعي: ما غاية التفكر فيهن؟ قال: يقرؤهن ويعقلهن[٤].

وروى البيهقي في سننه: (كان سكوت رسول الله صلى الله عليه وسلم على أربع : الحلم والحذر والتقدير والتفكير، فأما تقديره ففي تسويته النظر والاستماع بين الناس، وأما تذكره أو قال تفكيره ففيما يبقى ويفنى) [٥].

وعن ابن عباس رضي الله عنهما قال: إن قوماً تفكروا في الله عز وجل، فقال النبي صلى الله عليه وسلم: تفكروا في خلق الله ولا تفكروا في الله، فإنكم لن تقدروا قدره.[٦]

وسئل أبو يزيد عن علامة من يحب الله وعلامة من يحبه الله، قال:(من يحب الله فهو مشغول بعبادته ساجداً أو راكعاً، فإن عجز عن ذلك استروح إلى ذكر القلب والتفكير ...) الحديث[١].

وعن أم الدرداء قيل لها ما كان أفضل عمل أبي الدرداء؟ قالت: التفكير [٢] .

وها هو عمر بن الخطاب رضي الله عنه يشير في رسالته المشهورة إلى أبي موسى الأشعري لقضية الفهم والتفكير قبل إصدار الأحكام حيث قال رضي الله عنه (الفهم الفهم فيما يختلج في صدرك مما يبلغك في الكتاب والسنة، وأعرف الأمثال والأشباه، ثم قس الأمور عند ذلك، فأعمد إلى أحبها عند الله وأشبهها بالحق فيما ترى ...)

---

(٢) إسناده صحيح أو حسن أو ما قاربهما. في الترغيب والترهيب

(٣) سورة آل عمران

(٤) محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، إعداد إصلاح الرفاعي، مراجعة عبدالصبور شاهين، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، ط١، ١٤٠٨،ص: ٣٨٣.

(٥) شعب الإيمان ، باب في حب النبي صلى الله عليه وسلم ، فصل في خلق الرسول صلى الله عليه وسلم وخلقه. وله شواهد تشهد له بالصحة في دلائل النبوة.

(٦) أخرجه أبو نعيم في (الحلية) بإسناد ضعيف، ورواه الأصبهاني في (الترهيب والترغيب)، ورواه الطبراني في الأوسط، والبيهقي في (الشعب) من حديث ابن عمر

(١) شعب الإيمان باب في محبة الله عز وجل، فصل معاني المحبة

(٢) رواه ابن أبي شيبة، كتاب الزهد

وعن "محمد بن واسع" أن رجلاً من أهل البصرة ركب إلى أم ذر بعد موت أبي ذر، فسألها عن عبادة أبي ذر، فقالت: كان نهاره أجمع في ناحية البيت يتفكر[٣].

وعن "طاووس" قال: "قال الحواريون لعيسى بن مريم : يا روح الله، هل على الأرض اليوم مثلك؟ فقال: نعم، من كان منطقه ذكراً، وصمته فكراً، ونظره عبرةً، فإنه مثلي"[٤].

والدلائل على فضل التفكير والتفكّر في آيات الله عز وجل وإعمال العقل، كثيرة من أقوال السلف رحمهم الله.

ولذا أمتن الله عز وجل على العباد بنعمة العقل التي جعلها مناط التكليف في غالب العبادات، وشرط المساءلة في العقوبات. وفي ذلك ما روي عن علي – رضي الله عنه- عن النبي- صلى الله عليه وسلم- قال: (رفع القلم عن ثلاثة وذكر منهم وعن المجنون حتى يعقل)[٥]. وهذا يعني رفع التكليف عن هؤلاء الثلاثة بسبب زوال العقل أو عدم اكتماله. ومن هنا كان حرص الشريعة على هذا العقل، فجعلت حفظه من الضروريات الخمس، وحرمت كل ما يؤدي إلى زواله أو الإضرار به، مثل شرب الخمر وغيره.كما جاءت نصوص الشريعة لتخاطب أهل العقول والفطر السليمة، وتنعى على من لم يعمل عقله في الكون ليتعرف على أسراره، حتى يتوصل إلى قدرة الخالق وعظمته من خلال التفكير والتفكر في ملكوت السموات والأرض وهي من اجل وأعظم العبادات. وقد ورد العقل في مجال التفكر والتدبر في أكثر من تسعة وأربعين موضعاً من القرآن الكريم، كما ورد ذكر الألباب في نفس المجال ست عشرة مرة في القرآن الكريم .

و العقل الذي يخاطبه الإسلام هو العقل الذي يعصم الضمير ويدرك الحقائق ويميز بين الأمور ويوازن بين الأضداد ويتبصر ويتدبر. و هو العقل الذي يقابله الجمود والعنت والضلال، وليس لأحد أن يتعذر بتلك الصفات ليسقط التكليف كما يُعذر للمجنون، ولذا فإن الجمود والعنت والضلال لا تدفع الملامة ولا تمنع المؤاخذة بالتقصير، بل أن الإسلام يندب من يدين به إلى مراتب عليا في التفكير أعلى من تلك التي تدفع عنه الملامة أو تمنع عنه المؤاخذة، فيستحب له أن يبلغ مراتب الحكمة والرشاد،

---

(٣) محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، إعداد إصلاح الرفاعي، مراجعة عبدالصبور شاهين، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، ط١، ١٤٠٨، مرجع سابق، ص: ٣٨٤

(٤) محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، إعداد إصلاح الرفاعي، مراجعة عبدالصبور شاهين، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، ط١، ١٤٠٨،ص: ٣٨٤.

(٥) رواه البخاري في العلل الكبير بإسناد حسن.

فوق مجرد التعقل والفهم[1]، قال تعالى: ﴿يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَن يَشَاءُ ۚ وَمَن يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا ۗ وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿٢٦٩﴾﴾[2].

ولقد فتح الإسلام آفاق واسعة للفرد في التفكير، ولم يحجر على تفكيره ما لم يتحول ذلك إلى قول أو سلوك أو اعتقاد يخالف حقيقة غيبية جاءت بها النصوص الشرعية أو دلت عليها، إذ لا مجال لتقديم العقل على النقل، وفي ذلك يقول ابن تيمة "رحمه الله": من كان يريد بقوله (إن العقل أصل للنقل) وأن ذلك أصل في ثبوته في نفس الأمر، فهذا لا يقوله عاقل، فإن ما هو ثابت في نفس الأمر بالسمع أو بغيره هو ثابت، سواء علمنا بالعقل أو بغير العقل ثبوته، أو لم نعلم ثبوته لا بعقل ولا بغيره، إذ عدم العلم ليس علماً بالعدم، وعدم علمنا بالحقائق لا ينفي ثبوتها في أنفسها، فما أخبر به الصادق المصدوق صلى الله عليه وسلم هو ثابت في نفس الأمر، سواء علمنا صدقه أو لم نعلمه، ومن أرسله الله تعالى إلى الناس فهو رسوله، سواء علم الناس أنه رسول أو لم يعلموا، وما أخبر به فهو حق، وإن لم يصدقه الناس، وما أمر به عن الله فالله أمر به وإن لم يطعه الناس، فثبوت الرسالة في نفسها وثبوت صدق الرسول، وثبوت ما أخبر به في نفس الأمر: ليس موقوفاً على وجودنا، فضلاً عن أن يكون موقوفاً على عقولنا، أو على الأدلة التي نعلمها بعقولنا. هذا كما أن وجود الرب تعالى وما يستحقه من الأسماء والصفات ثابت في نفس الأمر سواء علمناه أو لم نعلمه. إلى أن قال- رحمه الله- "فثبت بذلك أن العقل ليس أصلاً لثبوت الشرع في نفسه ولا معطياً له صفة لم تكن له، ولا مفيداً له صفة كمال"[1]. انتهى كلامه رحمه الله.

كما أن على الإنسان أن يدرك أنه على الرغم من تملكه الإمكانات الهائلة التي وهبه الله إياها في مجال التفكير، فإن هناك مجالات يقف تفكيره وعقله عاجزاً أمامها، وليس أمامه سوى قبولها كما جاءت في نصوص القرآن والسنة مثل (كنُه الروح وماهيتها التي سأل عنها المشركين رسول الله صلى الله عليه وسلم) فمثل هذه الأمور التي لم يطلع الله البشر على أسرارها العلم بها لا ينفع والجهل بها لا يضر، ولذا كان الأولى بالمرء أن يمعن الفكر والنظر والبحث فيما يعود على دينه ودنياه بالفائدة.

---

(١) عبدالرحمن الفرج، الإسلام والتفكير، مؤسسة الجريسي للتوزيع ، الطبعة الأولى (١٤٢٥هـ) مرجع سابق، ص:١٤.

(٢) سورة البقرة ، آية رقم ٢٦٩.

(١) ابن تيمية، درء تعارض العقل والنقل، تحقيق محمد رشاد ، الجزء **الأول** ، دار الكنوز الأدبية، ١٣٩٩هـ، ص: ٨٧-٩١

وهكذا تأتي الوصايا في التشريع الإسلامي، متكررة بالتعقل والتميز في دين يفرض المنطق السليم على كل مستمع للخطاب قابل للتعليم، وفي دين تصل العبادة فيه بين الإنسان وربه بغير واسطة ولا محاباة، ويُحاسب فيه الإنسان بعمله كما يهديه إليه عقله، ويُطلب فيه من العقل أن يبلغ وسعه من الحكمة والرشاد(٢).

---

(٢) عباس محمود العقاد. التفكير فريضة إسلامية. دار نهضة مصر للنشر، القاهرة، ص:١٤

المطلب الثاني

مهارات التفكير

أنواعها – خصائصها– مجالاتها

أولاً / تعريف مهارات التفكير:

يقال مَهَرَ بالشيء: أحكمه وصار به حاذقاً، فهو ماهر، ويقال مهر في العلم وفي الصناعة وغيرهما[١]. والماهر: الحاذق بكل عمل، ومَهَرتُ بهذا الأمر أَمهرُبه مَهَارة أي صرت به حاذقاً وفي الحديث، "مثل الماهر بالقرآن مثل السّفرة"[٢]

والمهارة (Skill) في اصطلاح المتخصصين في التربية وعلم النفس هي: سلسلة متتابعة من الإجراءات التي يمكن ملاحظتها مباشرة أو بصورة غير مباشرة، يقوم بها المتعلم بهدف أداء مهمة ما. وقد تكون المهارة معرفية/ذهنية، أو نفس حركية، أو حس حركية . وتتكون المهارة من عدة أبعاد هي البعد الإدراكي والبعد المعرفي والبعد المتعلق بالخصائص النفسية للمتعلم، والبعد النسبي، والبعد المعياري.

والمهارة الذهنية- موضوع البحث- تتعلق بالسيطرة والضبط والتوجيه للعمليات الذهنية من خلال تعلم استراتيجيات معرفية من خلال التدريب[٣] .

ويعرف بعض المتخصصين مهارات التفكير، على النحو التالي:

- هي أي عملية عقلية يقوم بها الفرد على أساس من الفهم والدقة والسرعة عندما يبحث عن إجابة لسؤال أو حل لمشكلة أو بناء معنى أو اتخاذ قرار أو عند التوصل لنواتج أصلية، أو عند التفكير في تفكيره، وهذه المهارة قابلة للتعلم من خلال استراتيجيات أو أساليب أو برامج موجهه لهذا الغرض[٤].
- تلك العمليات العقلية التي نقوم بها من أجل جمع المعلومات وحفظها أو تخزينها، وذلك من خلال إجراءات التحليل والتخطيط والتقييم والوصول إلى استنتاجات وصنع القرارات[١].

---

(١) إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، مرجع سابق ، ص: ٨٨٩.

(٢) أبو الفضل جمال الدين، لسان العرب، مرجع سابق، ص: ١٨٥.

(٣) يوسف قطامي . نموذج مارزانو لتعليم التفكير للطلبة الجامعيين. ديبونو للنشر / عمان / ٢٠٠٧/ ص:٥٦

(٤) حسن زيتون ، تنمية مهارات التفكير، مرجع سابق، ص:٩١.

(١) جودت سعادة. تدريس التفكير. دار الشروق عمان . ٢٠٠٣ص: ٤٥ .

- هي عمليات محدودة نمارسها ونستخدمها عن قصد في معالجة المعلومات والبيانات لتحقيق أهداف تربوية متنوعة تتراوح بين تذكر المعلومات ووصف الأشياء وتدوين الملاحظات، إلى التنبؤ بالأمور وتصنيف الأشياء وتقيم الدليل وحل المشكلات والوصول إلى استنتاجات(٢).
- ويذكر "جروان"(٣) الفرق بين التفكير ومهارات التفكير على أن " التفكير" عملية كلية نقوم عن طريقها بمعالجة عقلية للمدخلات الحسية والمعلومات المسترجعة لتكوين الأفكار أو الاستدلال عليها أو الحكم عليها، وتتضمن الإدراك والخبرة السابقة والمعالجة الواعية.

أما "مهارات التفكير" فهي عمليات محدودة نمارسها ونستخدمها عن قصد في معالجة المعلومات مثل مهارات تحديد المشكلة، وإيجاد الافتراضات غير المذكورة في النص، أو تقييم قوة الدليل أو الادعاء وغيره.

وتقارن "قطامي"(٤)، بين كل من التفكير، ومهارات التفكير من حيث التعلم، فتصف التفكير بأنه تهيئة الفرص، والمواقف التي تتيح للمتعلم الاستعداد للتفكير الفعال، أما تعليم مهارات التفكير فتتضمن اعتبار التفكير مهارة كجميع المهارات الأخرى القابلة للتعلم والتدريب، مما يتطلب تعليم المتعلم استراتيجيات وعمليات ذهنية تتناسب والمهمات التي يقوم بتنفيذها.

وتتلخص أبرز خصائص مهارات التفكير من التعريفات السابقة في النقاط التالية:

١) يتضح من المعنى اللغوي لكلمة مهارة أن مهارات التفكير معنى محسوس قابل للتعلم والاكتساب والإجادة التي تصل إلى مستوى الحذق بالشيء مع التدريب.

٢) إن المهارات تتعدد من معرفية إلى حركية نفسية و حركية حسية و أن ما يخصنا في هذه الدراسة هو البعد المعرفي المتمثل في المهارات الذهنية.

٣) تشير التعريفات الاصطلاحية لمهارات التفكير إلى المعنى الإجرائي للتفكير كنشاط عقلي ذي مستويات مجزأة ومحددة ومصنفة بحيث يمكن تعلمها وقياسها وبالتالي تقويمها.

٤) يعكس معنى التفكير المجرد إلى المعنى الإجمالي النظري لطبيعة التفكير ومكوناته، والتي لا يمكن قياس نتاجه وتقويمه .

---

(٢) Costa. A . Glossary of Thinking Skills. Developing Minds; A Resouree Book for Teachimking. California, VA;Association for Supervision and Curriculum Development A(1985).

(٣) فتحي جروان . تعليم التفكير مفاهيم وتطبقات. دار الكتاب مرجع سابق، ص: ٦٦

(٤) نايفة قطامي، تعليم التفكير للأطفال. عمان، دار الفكر للطباعة والنشر، ٢٠٠٣،ص:٤٣.

٥) يقوم تعليم مهارات التفكير على استراتيجيات وعمليات ذهنية مخصصة لكل مهمة، وهو ما يعني أهمية تجزئة المهارة إلى مهارات .

وأخيراً إذا كان المرء يولد باستعدادات وإمكانات فطرية تتعلق بقوة الانتباه والإدراك والكفاءة العامة للجهاز العصبي، والتي ينبني عليها مستوى الذكاء، فإن مهارات التفكير تشير إلى العمليات العقلية والأساليب المعرفية و الاستراتيجيات المهمة اللازمة لاستثمار تلك الإمكانات وتوظيفها بأفضل طريقة ممكنة، والتي يمكن تعلمها والتدريب عليها وتطويرها وبالتالي الاستفادة من الإمكانات العقلية التي وهبها الله للإنسان.

ثانياً: تصنيف مهارات التفكير:

ابتكر علماء التفكير -كما تذكر كتب ودراسات مهارات التفكير- نظماً مختلفة لتصنيف تلك المهارات وذلك من اجل جمعها ضمن فئات ذات خصائص متشابهة، و من أبرزها:

١- نظام تصنيف "بلوم وزملائه"[1]: وهو في الأصل تصنيف للأهداف التعليمة المعرفية (وفقاً لمستويات القدرات العقلية) لكن المتخصصين في مجال التفكير نظروا إلي هذه القدرات العقلية على أنها مهارات تفكير تتراوح من الأدنى حتى تصل إلى ما يسمي بمستويات التفكير العليا كما يلي:

أ- مهارة اكتساب المعرفة (التذكر) وهي القدرة على تذكر المعلومات سواء بالتعرف عليها أو باستدعائها من الذاكرة بنفس صورتها أو بشكل مقارب لها.

ب- مهارة الاستيعاب وهي القدرة على إدراك المعاني، من خلال ترجمة الأفكار من صورة إلي أخرى وتفسيرها وشرحها بإسهاب أو في إيجاز، والتنبؤ من خلالها بنتائج وأثار معينه.

جـ- مهارة التطبيق: وهي قدرة الفرد على استخدام معلومات مجردة في حل مشكلة أو التعامل مع موقف جديد وهذه المعلومات المجردة قد تكون في صورة إجراءات أو قواعد أو مبادئ أو قوانين أو نظريات من خلال ما تم تعلمه عن طريق مهارتي التذكر والاستيعاب.

د- مهارة التحليل: وهي قدرة الفرد على الفحص المدقق لمادة تعليمية وتجزئتها إلي عناصرها أو تحديد ما بينها من علاقات، مع إدراك البناء التنظيمي لها.

---

(١) كمال عبد الحميد . تصنيف الأهداف التدريسية : الأسكندرية : دار المعارف ١٩٩٥.

كما يتضمن التحليل قدرة الفرد على تجزئة مشكله ما إلي مركباتها وعناصرها للتمييز بين المعلومات التي لها علاقة بها والتي ليس لها علاقة بها.

هـ - مهارة التركيب: وهي عكس التحليل وتعني القدرة على تجميع الأجزاء لتكوين معاني متكاملة مستقلة، أو تأليف شيء جديد من عناصر أو جزيئات، وهذه القدرة العقلية تتضمن إنتاجًا فكرياً إبداعيًا فيه جدة وحداثة، أو تكوينات مبتكرة، ويرتبط الأداء عند هذا المستوى غالبًا بالقدرة على التفكير الإبداعي.

و- مهارة التقييم: وهي القدرة على إصدار حكم على موضوع محل تقييم تسويغ (تبرير) هذا الحكم ويتم الحكم غالباً على الموضوع محل التقييم على ضوء توافر معايير معينة كالمعايير المتصلة بالصحة والدقة والشمولية والاقتصادية والإبداعية والجمالية ..... الخ

وتختلف الأحكام التقييمية عن الآراء الشخصية التي تتأثر بذاتية الفرد وتتشابه هذه المهارة نوعاً ما مع مهارة التفكير الناقد.[1]

٢- نظام تصنيف "مارزانو وزملاؤه"[1]: وضع هذا النظام روبرتا مارزانو وزملاءه عام (١٩٨٨م) وذلك بتحديد إحدى وعشرين مهارة من مهارات التفكير أطلقوا عليها اسم المهارات المحورية (core thinking skills) ووزعوها في ثماني فئات كما يلي:

أ) مهارات التركيز:

وتشير إلي توجيه انتباه الفرد إلي مثيرات محددة من البيئة دون مثيرات أخرى، حيث تبدو لدى الفرد عندما يشعر أن ثمة مشكلة تواجهه، أو وجود مسألة تحيره أو وجود نقص في بعض المعاني لديه، إذ أن مهارات التركيز تعمل على مساعدته بجمع جزيئات صغيرة من المعلومات المتوفرة لدية، وإهمال ما لا حاجة له. ويندرج تحت هذه المهارة مهارتي: تعريف المشكلات (التشخيص) ومهارة وضع الأهداف القابلة للتنفيذ والقياس.

ب) مهارات جمع المعلومات:

وهي المهارات المستخدمة في جمع المادة أو المحتوي المعرفي لدي المتعلم، وتتضمن مهارة الملاحظة ومهارة طرح الأسئلة.

جـ) مهارات التذكر:

---

(١) حسن زيتون. تنمية مهارات التفكير ، مرجع سابق، ص:١٦٠.

(١) يوسف قطامي، نموذج مارزانو لتعليم التفكير، مرجع سابق ، ص: ٤٩.

وهي مجموعة من الأنشطة أو الاستراتيجيات الذي يقوم بها الفرد بهدف تخزين المعلومات في الذاكرة بعيدة المدى، والاحتفاظ بها، وتتضمن مهارتي: الترميز والاستدعاء (الاسترجاع).

د) مهارات التنظيم:

وهي مجموعة من الإجراءات التي تستخدم في ترتيب المعلومات، بهدف فهمها، وفي الوقت نفسه تصبح هذه المعلومات أكثر فاعلية في عملية التنظيم ويندرج تحت هذا الصنف أربع مهارات فرعية هي:

- مهارة المقارنة: وهي العمل على تحديد أوجه الشبه والاختلاف بين المعلومات المتوخاة، والتي تساعد الفرد على تنظيم تلك المعلومات من خلال المقارنة.
- التصنيف: وهي القدرة على تجميع الفقرات أو المفردات في مجموعات بناء على خصائصها المشتركة.
- الترتيب: القدرة على إخضاع العناصر أو المفردات إلي تنظيم تبعاً لمعيار معين.
- التمثيل: القدرة على تغيير شكل المعلومات الشخصية والتحريرية اللفظية وتمثيلها على شكل رسم تخطيطي أو بياني وما شابه ذلك.

هـ) مهارة التحليل:

وهي القدرة على الفحص المدقق للأفكار والأشياء وتجزئتها إلي عناصرها وتحديد ما بينها من علاقات، وكذلك تحديد البناء التنظيمي لها أي للأفكار والأشياء. ويندرج تحتها المهارات الفرعية التالية:

تحديد السمات والمكونات – تحديد الأنماط والعلاقات – تحديد الأفكار الرئيسية – تحديد الأخطاء.

و) مهارات التوليد:

وهي القدرة على استخدام المعرفة السابقة لإضافة معلومات جديدة بطريقة بنّاءة، إذ يقوم الفرد – ومن هذه المهارة– بالعمل على إقامة الصلات بين الأفكار الجديدة المولودة، والأفكار السابقة من خلال إبعاد بناء متماسك من الأفكار بربط بين المعلومات المولدة، والأبنية المعرفية السابقة لدي المتعلم، ويندرج تحت هذه المهارة ثلاث مهارات هي الاستنتاج والتنبؤ (التوقع) والتوسع.

ز) مهارات التكامل:

وهي القدرة على وضع أو ترتيب الأجزاء التي تتوافر فيما بينها علاقات مشتركة مع بعضها بعضاً، بحيث تؤدي إلي فهم أعمق لتلك العلاقات، كما تؤدي إلي دمج التعلم الجديد بالتعلم اللاحق. وتتضمن مهارتي التلخيص وإعادة البناء.

ح) مهارات التقويم:

وتشير هذه المهارة إلي تقدير معقولية النتائج أو الأفكار التي تم التوصل إليها، كما يمكن النظر إليها على أنها عملية منظمة من خلال جمع وتحليل المعلومات بغرض تحديد درجة تحقيق الأهداف واتخاذ القرارات بغرض معالجة جوانب القصور ويندرج تحتها مهارتي: بناء المعايير والتحقق.

٣- نظام التصنيف الثنائي المهارات التفكر:

ويقوم هذا التصنيف على تقسيم مهارات التفكير بناءً على درجة التعقيد، والجهد العقدي وذلك إلي مستويين رئيسيين هما:

أ) مهارات التفكير الأساسية (الدنيا). Busic thinking skills

وهذه المهارات على مستوي صعوبة وعمق وتجريد أقل من مهارات التفكير العليا، إلا أن إتقانها أمر ضروري لاكتساب مهارات التفكير العليا، حيث تمثل أساس لها. ومن بين هذه المهارات: التذكر، الملاحظة المقارنة...إلخ

ب) مهارات التفكير العليا Higher order skills

وهي مهارات ينتج عن ممارستها حلول مركبة ومتعددة للمشكلة أو السؤال، وتتضمن عادة إصدار حكم أو رأي أو اتخاذ قرار، كما تتضمن تحليل أو توليد الأفكار وتشمل هذه المهارات مهارات: حل المشكلات، واتخاذ القرار، والتفكير الناقد والتفكير الإبداعي.

٤- ويشير "مندور"(١) إلي تصنيف آخر، حيث تصنف مهارات التفكير إلي ثلاث أصناف هي:

أ) مهارات التفكير المعرفية: وهي مجموعة المهارات الأساسية اللازمة للفرد من اجل توظيف معارفه في حل المشكلات ويعني بهذا النوع التصنيف السابق "لمارازانو" وزميلاه الذي أسماه "المهارات المحورية الإحدى و عشرون".

---

(١) مندور عبدالسلام ، تنمية مهارات التفكير،مرجع سابق ، ص:١٤٥.

ب) مهارات التفكير فوق المعرفية: وهي مجموعة من المهارات المركبة مهمتها توجيه مهارات التفكير الأساسية، وإدارتها أثناء مواجهه المشكلات وحلها، وتشتمل على ثلاث فئات رئيسية هي: التخطيط والمراقبة والتقييم، ويندرج تحت كل فئة أيضا مهارات فرعيه أخري.

ج) تصنيف "بلوم" لمهارات التفكير: التي تتعلق بالعمليات المعرفية أو القدرات العقلية والتي تم عرضها سابقًا.

وبالنظر إلي تلك التصنيفات وغيرها يجد الباحث أن من الباحثين من يصنف مهارات التفكير حسب طبيعتها ومنهم من يصنفها حسب مستوياتها، وآخرون حسب الهدف منها، إلا أن هناك تداخلاً في كثير من التصنيفات، كما وجد الباحث أن الهدف الرئيس من تصنيف تلك المهارات هو الوصول إلي أساسياتها الفرعية حتى يمكن وضع استراتيجيات وطرق لتعلمها والتدريب عليها حسب الحاجة.

ثالثاً: أنوع مهارات التفكير وخصائصها:

تزخر كتب التفكير بعرض الكثير من مهارات التفكير، ولغرض التعرف على أهم تلك الأنواع مستقلة – دون تصنيف- وعلاقة بعضها ببعض يذكر الباحث منها[1] ما يلي:

١) مهارات التفكير الناقد:

وهي موضوع هذا البحث الرئيسي، ولأن المبحث الثالث مخصص لها سوف يقتصر الباحث على تعريف موجز لمهارات التفكير الناقد بغرض المقارنة مع المهارات الأخرى، فهي كمفهوم عبارة عن عملية عقلانية مركبة يتم فيها إخضاع فكرة أو أكثر للتحقيق والتقصي وجمع الأدلة والشواهد بموضوعية وتجرد عن مدى صحتها، ومن ثم إصدار حكم بقبولها أو رفضها بناءً على معايير معينة . ومن مهارتها الأساسية:

---

(١) انظر المراجع التالية :

أ- شاكر عبدالحميد وآخرون، تربية التفكير، دار القلم، الإمارات العربية/ دبي، ط٢٠٠٥،١، ص:٢٧.

ب- مندور عبدالسلام، تنمية مهارات التفكير، دار النشر الدولي، الرياض،ط١، ٢٠٠٨،ص:١٤٥-١٥٥.

ج- جمال محمد علي، التفكير المفاهيم والنظريات والمهارات، مكتبة الرشد، ١٤٢٧،ص:١٦.

د) Freeman,j.Gifted children growing up. London,England:Cassell Educational Ltd.

هـ Gardner,H. Multiple Intelligence : theory in Practice. New york:Basic Bodss.

أ- التعرف على الافتراضات

ب- الاستنتاج

جـ- الاستنباط

د - تقويم الحجج

هـ- التفسير

٢) التفكير الإبداعي

وهو نشاط عقلي مركب وهادف توجهه رغبة قوية في البحث عن حلول، أو التوصل إلي نواتج أصيلة لم تكن معروفة سابقًا، ويتميز التفكير الإبداعي بالشمولية والتعقيد، لأنة ينطوي على عناصر معرفية وانفعالية وأخلاقية متداخلة تشكل حالة ذهنية فريدة.(١)

مهارات التفكير الإبداعي:

أ- الطلاقة: وتعني القدرة على توليد عدد كبير من البدائل أو المترادفات أو الأفكار أو المشكلات عند الاستجابة لمثير معين، والسرعة والسهولة في توليدها، وهي في جوهرها عملية تذكر واستدعاء اختيارية لمعلومات أو خبرات سبق تعلمها.

ب- المرونة: وهي القدرة علي توليد أفكار متنوعة ليست من نوع الأفكار المتوقعة عادة، وتوجيه أو تحويل مسار التفكير مع تغير المثير أو متطلبات الموقف.

جـ- الأصالة: وهي أكثر الخصائص ارتباطاً بالإبداع وتعني الجدة والتفرد.

د- الإفاضة: وتعني القدرة على إضافة تفاصيل جديدة ومتنوعة لفكرة أو حل لمشكلة من شأنها تساعد على تطويرها و أغنائها وتنفيذها.

هـ - الحساسية للمشكلات: و يقصد بها الوعي بوجود مشكلات أو حاجات أو عناصر ضعف في البيئة أو الموقف، ويعني ذلك أن بعض الأفراد أسرع من غيرهم في ملاحظة المشكلة، والتحقق من وجودها في الموقف. ولاشك في أن اكتشاف المشكلة يمثل خطوة أولي في عملية البحث عن حل لها.

---

(١) Freeman,j.Gifted children growing up. London,England:Cassell Educational Ltd.

٣) مهارة حل المشكلات:

يعرف الباحثان "كروليك" "ورودنيك"[٢] مفهوم حل المشكلات بأنه عملية تفكيرية مركبة يستخدم الفرد فيها ما لديه من معارف مكتسبة سابقه، ومهارات من أجل الاستجابة لمتطلبات موقف ليس مألوفا له. كما يشير تعبير حل المشكلات "إلي مجهودات الناس لبلوغ هدف ليس لديهم حل جاهز لتحقيقه". وتتكون من عدة استراتيجيات على النحو التالي:

أ- دراسة وفهم عناصر المشكلة.

ب- تجميع معلومات أولية لحل المشكلة.

جـ- تحليل الأفكار المقترحة واختبار الأفضل منها.

د- وضع خطة لحل المشكلة.

هـ تنفيذ الخطة وتقويم النتائج.

٤) مهارات اتخاذ القرار:

تتطلب عملية اتخاذ القرار استخدام الكثير من مهارات التفكير العليا، مثل: التحليل والتقويم والاستقراء والاستنباط، تصنف ضمن عمليات التفكير المركبة مثل التفكير الناقد والتفكير الإبداعي وحل المشكلات؛ ولذا يمكن تعريف مهارات اتخاذ القرار"بأنها عملية تفكير مرتبة، تهدف إلي اختبار أفضل البدائل أو الحلول المتاحة للفرد في موقف معين. من أجل الوصول إلي تحقيق الهدف المرجو. وتمر مراحل اتخاذ القرار علمياً بمراحل على النحو التالي:

أ- تحديد الهدف.

ب- تحديد جميع البدائل الممكنة والمقبولة.

ت- تحليل البدائل بعد تجميع معلومات وافية.

ث- ترتيب البدائل حسب درجة تحقيقها للمعايير الموضوعة.

ج- إعادة تقيم أفضل بديلين أو ثلاثة.

ح- اختبار أفضل بديل.

وتتشابه مهارتي حل المشكلات واتخاذ القرارات في كثير من الإجراءات والخطوات إلا أن الفارق الرئيسي بينهما يكمن في إدراك الحل، حيث تكون في اتخاذ القرارات أكثر وضوحاً وأسهل إجراءً.

---

(٢) Costa. A . Glossary of Thinking Skills. Developing Minds; A Resouree Book for Teachimking. California, VA;Association for Supervision and Curriculum Development A(1985).

٥) مهارات جمع المعلومات وتنظيمها:

هي عبارة عن مجموعة مهارات تختص بجمع المعلومات وفق تنظيم معين، وتتكون من:

أ- الملاحظة: وهو استخدام واحدة أو أكثر من الحواس الخمس (الإبصار، السمع، الذوق، الشم، اللمس) للحصول على معلومات عن الشيء، أو الظاهرة التي تقع عليها الملاحظة. وهي عملية تفكير تتضمن المشاهدة والمراقبة والإدراك، وتقترن عادة بوجود سبب قوي أو هدف يستدعي تركز الانتباه ودقة الملاحظة.

ب- المقارنة: وتتطلب هذه المهارة عملية التعرف على أوجه الشبه وأوجه الاختلاف بين شيئين أو أكثر عن طريق تفحص العلاقات بينهما والبحث عن نقاط الاتفاق والاختلاف.

ت- التصنيف: تعد مهارة التصنيف من مهارات التفكير الأساسية لبناء إطار مرجعي معرفي للفرد، ضرورية للتقدم العلمي وتطوره، وتعني تعلم ماهية الخصائص المشتركة بين جميع مفردات فئة أو عائلة معينة، وغير المتوافرة لدي مفردات فئة أو عائلة أخري من الأشياء أو الكائنات، أو إيجاد نظام، أو طريقه لفصل المفردات المتشابهة مع بعض.

ث- الترتيب: وتعني وضع المفاهيم أو الأشياء أو الأحداث التي ترتبط فيما بينها بصورة أو بأخرى في سياق متتابع وفقاً لمعيار معين، مثل سياق الحجم أو المساحة، وسياق التسلسل الزمني، وسياق التكلفة ...الخ

ج- تنظيم المعلومات: وهو استخدام واحدة أو أكثر من المهارات السابقة لضمان رصد المعلومات وفق إطار معين يخدم الهدف بطريقة أكثر سهوله.

٦) مهارات معالجة المعلومات وتحليلها:

وتتكون من الآتي:

أ- التطبيق: وتعني استخدام المفاهيم والقوانين والحقائق والنظريات التي سبق أن تعلمها الفرد لحل مشكلة تعرض له في موقف جديد، وحتى يكون الموقف على شكل حدث وقع في الماضي ونتيجته معروفة، ويفترض الدور على تفسير النتيجة استناداً إلي قوانين حقائق يفترض أنه قد مر بها، وقد يكون الموقف افتراضي أو متقبلها ويطلب من الفرد التنبؤ بما يمكن أن يحدث في ضوء المعطيات مع بيان الأسباب أو المبررات التي هي عبارة عن قوانين وحقائق ذات علاقة.

ب- التفسير: وهو عملية عقلية غايتها إضفاء معنى على خبراتنا الحياتية أو استخلاص معنى منها من خلال شرح المعنى وإعطاء تفصيلات تدعم ذلك التفسير.

جـ ـ التلخيص: وهو عمليه تفكيرية تضمن القدرة على أيجاد لب الموضوع واستخراج الأفكار الرئيسية فيه، والتعبير عنها بإيجاز ووضوح، وهي عملية تنظري على قراءة ما بين السطور وربط للنقاط البارزة، كما أنها عملية تعاد فيها صياغة الفكرة، أو الأفكار الرئيسية التي تشكل جوهر الموضوع.

د- التعرف على العلاقات والأنماط: وتتضمن:

- العلاقات السببية والارتباطية: التي تستخدم بشكل كبير في مهارات التفكير الناقد في المساعد على التوصل إلى استنتاجات جديدة ومعارف قيمة تشكل خطوة باتجاه تطوير مفاهيم ونظريات شاملة.
- علاقات التناظر: اكتشاف علاقات تشابه جزئي بين زوجين المفاهيم الأشياء
- العلاقات الرياضية: وتتطلب هذه المهارة قدرة على محاكمة الملومات العددية التي تتضمنها المشكلة من أجل اكتشاف العلاقات التي تربط بينها بالاستناد إلى معرفةٌ رياضة أساسية ومعرفة لغوية أساسية عندما ترد المشكلة في إطار لغوي
- العلاقات اللفظية وأنماطها: وهي القدرة على التعرف على العلاقات بين مكونات النص أو المادة الكمية، حتى يمكن فهمها وحلها، ونشير هذه المهارة إلي العلافه بين اللغة والتفكير التي حظيتا باهتمام كبير من الباحثين منذ أمد بعيد، وتعتمد على فهم مدلولات الألفاظ وتراكيبها اللغوية.
- علاقات الأشكال وأنماطها: وتنطوي على نوع من الاستدلال العقلي لاكتشاف أوجه الشبه والاختلاف، أو النسق العام بين مكونات مجموعة أو أكثر من الأشكال الهندسية أو الرسومات، وذلك باستخدام مهارات التحليل والمقارنة والتصنيف والملاحظة.

٧) مهارات توليد المعلومات وتتضمن الآتي:

أ- الطلاقة: وتعني القدرة على توليد عدد كبير من البدائل، أو المترادفات أو الأفكار أو المشكلات، أو الاستعمالات عند الاستجابة لمثير معين والسرعة السهولة في توليدها. وهي في جوهرها عملية تذكر، واستدعاء اختيارية لمعلومات أو خبرات أو مفاهيم سبق تعلمها. ومن أشكالها: الطلاقة اللفظية أو طلاقة الكلمات، وطلاقة المعاني أو الطلاقة الفكرية.

ب- المرونة: وهي القدرة على توليد أفكار متنوعة أو حلول جديدة ليست من نوع الأفكار والحلول الروتينية وهي عكس الجمود الذهني يعني تبني أنماط ذهنية محددة سلفًا وغير قابلة للتغير بسهولة، وتعد المرونة من المهارات التي تقيسها اختبارات الإبداع والتفكير المتشعب.

جـ- وضع الرضيات أو إيجاد الافتراضات: "الفرضية" تعبير يستخدم عموما للإشارة إلى أي استنتاج مبدئي أو قول غير مثبت، ويخضعها الباحثون للفحص والتجريب من أجل التوصل إلي إجابة، أو نتيجة معقولة تفسر الغموض الذي يكتنف الموفق أو المشكلة. ولذا فهي من المهارات اللازمة في البحث العلمي أو المنطقي لحل المشكلات.

د- التنبؤ في ضوء المعطيات: ويقصد بهذه المهارة، المقدرة على قراءة البيانات أو المعلومات المتوافرة، والاستدلال من خلالها على ما هو أبعد من ذلك في أحد الأبعاد التالية الزمان . الموضوع . العينة والمجتمع، وهذه المهارة يحتاجها كثيراً الطالب والمعلم والباحث والمستثمر والمخطط والطبيب والمهندس ...الخ

٨) مهارات تقييم المعلومات /وتتضمن ما يلي:

أ- النقد: وهو عملية تفكير تتضمن القيام بفحص دقيق لموضوع ما، بهدف تحديد مواطن القوة الضعف فيه من خلال تحليل الموضوع وتقييمه استنادًا إلي معايير تتخذ أساساً للنقد أو إصدار الأفكار.

ب-التعرف على الأخطاء والمغالطات: ذلك من خلال مهارة الكشف عن:

- الخلط بين الرأي والحقيقة.
- التناقض أو عدم الاتساق.
- حملة المعلومات بالمشكلة.
- المغالطة في الاستدلال المنطقي أو الاستنتاج.

٩) مهارات الاستدلال:

وهو عملية تفكيرية تتضمن الحقائق أو المعلومات بطريقة منظمة بحيث تؤدي إلي استنتاج أو قرار أو حل المشكلة. ويعرفها "نيكرسون"[(١)] بأنها مجموعة العمليات العقلية المستخدمة في تكوين وتقييم المعتقدات، وفي إظهار صحة الادعاءات وتتضمن ما يلي:

أ- توليد وتقييم الحجج والافتراضات.

ب- البحث عن الأدلة.

---

(١) فتحي عبدالرحمن جروان، تعليم التفكير، مرجع سابق ص:٤٩.

ت- التوصل إلى نتائج.

ث- التعرف على الارتباطات والعلاقات السببية.

رابعاً : علاقة بعض مهارات التفكير بالتفكير الناقد

بعد استعراض موجز لأبرز أنواع مهارات التفكير نجد أن هناك تداخلاً واضحاً بين بعضها مع بعض، وخاصة مع مهارات التفكير الناقد موضوع الدراسة، فعلى سبيل المثال نجد اشتراك مهارات التفكير الإبداعي مع مهارات التفكير الناقد في أنواع التفكير العليا كحل المشكلات واتخاذ القرارات وصياغة المفاهيم، وتلك القواسم المشتركة لهذه الأنواع هي مهارات تفكير مستقلة أيضاً.

ونجد في مهارات معالجة المعلومات وتحليلها يعد التعرف على العلاقات السببية من مهارات التفكير الناقد الجزئية[٢] كما يعد نقد المعلومات من أبرز مهارات تقييم المعلومات، وفي مهارات الاستدلال أيضا يرى بعض الباحثين اشتراكها مع مهارات التفكير الناقد في ثلاث مهارات رئيسية هي: الاستقراء والاستنباط والتقييم[٣].

ولذلك من الصعب الفصل التام بين جميع أنواع مهارات التفكير لتداخل بعضها مع بعض في كثير من الجزئيات خاصة مهارة التفكير الناقد، ولذا نرى أن تعلم وإجادة مهارات التفكير الناقد تعد أساسا مشتركاً لكثير من مهارات التفكير الأخرى.

خامساً: أهمية تعليم مهارات التفكير:

التعلم الفعال لمهارات التفكير أصبح اليوم حاجة ملحة أكثر من أي وقت مضي، لأن العالم أصبح أكثر تعقيدا نتيجة التحديات التي تفرضها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في شتي مناحي حياة الإنسان. وربما كان النجاح في مواجهة هذه التحديات لا يعتمد على الكم المعرفي بقدر ما يعتمد على كيفية استخدام المعرفة وتطبيقها. يضاف إلي ذلك أن المعارف والمهارات التي يكتسبها الفرد خلال التحاقه بالمدرسة والجامعة لم تعد كافية لضمان مستقبل مهني زاهر.

---

(٢) جمال محمد علي، التفكير والمفاهيم والنظريات، مكتبة الرشد، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦، ص:٥١.

(٣) Udall, A. J. , & Daniels, J. E. Creating the thoughtful classroom: Strategies to promote student thinking. Tucson, Az:zephyr press (1991)

إن عصر التغيرات المتسارعة يفرض على المربين التعامل مع التربية والتعليم كعملية لا يحدها زمان أو مكان، وتستمر مع الإنسان كحاجة وضرورة لتسهيل تكيفه مع المستجدات في غاية الأهمية. إن التكيف مع المستجدات يستدعي تعلم مهارات جديدة واستخدام المعرفة في مواقف جديدة.

إننا نحتاج التفكير في البحث عن مصادر المعلومات، كما نحتاجه في اختيار المعلومات اللازمة للموقف، واستخدام هذه المعلومات في معالجة المشكلات على أفضل وجه ممكن.

والفرد مهما بلغت طاقته، لا يستطيع في عصر ثورة المعلومات والاتصالات أن يسيطر على أكثر من جزء يسير جدا من الكم الهائل للمعلومات التي تتدفق عبر وسائل الاتصال المختلفة، وتتضاعف مرة كل ثلاث إلي خمس سنوات حسب التقديرات الموضوعية لعقد التسعينات. ومع مرور الوقت، تصبح معارفنا المبنية على معلومات الماضي مهزوزة وغير كافية للتعامل مع التغيرات السريعة المتوقعة في ميادين الحياة المختلفة.

وأمام هذا الواقع تبرز أهميه تعلم مهارات التفكير وعملياته، التي تبقي صالحة متجددة من حيث فائدتها واستخداماتها في معالجة المعلومات مهما كان نوعها. ويشير الباحث "ستيرنبرج" Sternberg من جامعة "ييل بولاية نورت كارولاينا" لهذه الحقيقة بقوله: "إن المعارف مهمة بالطبع ولكنها غالبا ما تصبح قديمة، أما مهارات التفكير فتبقي جديدة أبداً، وهي تمكننا من اكتساب المعرفة واستدلالها، بغض النظر عن المكان والزمان أو أنواع المعرفة التي تستخدم مهارات التفكير في التعامل معها[(١)] .

وعليه، فإن تعليم مهارات التفكير هو بمثابة تزويد الفرد بالأدوات التي يحتاجها حتى يتمكن من التعامل بفعالية مع أي نوع من المعلومات أو المتغيرات التي يأتي بها المستقبل. ومن هنا يكتسب التعليم من أجل التفكير وتعليم مهارات التفكير أهمية متزايدة كحاجة لنجاح الفرد وتطور المجتمع.

وتكمن أهمية تعليم التفكير[(٢)] في عدد من المجالات كالتالي:

---

(١) Quimby, n.,& Sternberg, R.J. on testing intelligence: A Conversation with Robert Sternberg. Educational Leadership.(1985),43 ,p.2

(٢) رائد مصطفى محمد، فاعلية برنامج تدريبي لمهارات التفكير الناقد على عينة من طلبة الصفوف العليا في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا الجامعة الأردنية، ١٩٩٦، ص:٩٦.

(١) يؤدي عمق تفكير المتعلم في أثناء عملية التعليم إلي إحداث تعلم فعال، وإن الأفكار والمعارف التي يكتسبها المتعلم من أسلوب التدريس القائم على خطوات فكرية واضحة تنعكس على تحسين مستوياته في عملية التذكر وحل المشكلات.

(٢) يعد تعليم التفكير بمهاراته وأساليبه المختلفة بمثابة تزويد المتعلم بالأدوات، والوسائل التي يحتاجها للتعامل بفاعلية مع جميع أنواع المعلومات والمتغيرات الحالية، والتي يمكن أن يواجهها في المستقبل.

(٣) تسهم تنمية التفكير لدي المتعلم في إعداده لمواجهة ظروف الحياة ومشكلاتها، وتنمية قدرته على تحديد ما ينفعه وما يضره، وإتاحة الفرصة أمامه لرؤية الأشياء بشكل أوضح وأوسع، وتكوين شخصيته وبنائها بطريقة صحيحة، وتأهيله ليكون عضواً صالحاً في مجتمعه مسهماً في تنميته وتطويره.

(٤) يمثل تعلم مهارات التفكير حاجة ملحة في عصرنا الحالي نتيجة زيادة التعقيدات والتحديات التي تفرضها ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في شتي مناحي الحياة، والتي لا يمكن للفرد مواجهتها والتعامل معها إلا بامتلاك المهارات اللازمة لاستخدام تلك المعلومات وتوظيفها في المواقف المختلفة.

(٥) يعتبر تعليم التفكير هدفاً تعليماً نبيلاً منذ عدة قرون، وما يزال كذلك حتى الوقت الحاضر وسيبقي.

(٦) تنمية القدرة على التعامل بنجاح وفاعلية مع معطيات عصر المعلومات عن طريق تحليلها وتقويمها.

مما سبق يتضح أن تعليم التفكير يساعد المتعلم على التعرف على إمكاناته العقلية، ومن ثم تنميتها واستثمارها بشكل أفضل. وهذا يساعده على تكوين فهم أفضل للحياة في مجالاتها المختلفة. الأمر الذي يحقق له الاستقلالية في التفكير، واتخاذ القرارات بعقلانية، وكل ذلك من أهم أسس التكيف مع المجتمع الذي يعيش فيه.

المطلب الثالث
مهارة التفكير الناقد

وتتلخص تلك الأركان من خلال النقاط التالية:

١) وجود ادعاء أو معلومة سابقة تستدعي التفكير فيها.

٢) التفكير الناقد عبارة عن مجموعة من المهارات العقلية الخاصة، القابلة للتدريب والتنمية.

٣) الخبرات المعرفية السابقة (ثقافة الفرد عن الموضوع) أساس من الصعب أن تعمل مهارات التفكير الناقد بدونه.

٤) التفكير الناقد يستلزم الفحص والتأمل قبل إصدار الحكم.

٥) التفكير الناقد لابد أن ينتهي إلى نتيجة واضحة ذات فائدة يفصح عنها من خلال إصدار الحكم.

ثانياً: أهمية التفكير الناقد في التعرض للإعلام:

١) أهمية تعليم التفكير الناقد للشباب:

تبرز أهمية التفكير الناقد من خلال إمكانية تعلمه كمهارات مستقلة قابلة للاكتساب أو التطوير؛ خاصة لدى فئات الشباب، حيث يعد حاجزاً ضد الكثير من عوامل وعادات التفكير الهدامة في نمو الشباب الفكري مثل: الانقياد العاطفي، والتطرف في الرأي، والتعصب وعدم تقدير دقة المعلومات وصحتها في عصر من أهم سماته المعلوماتية.

وفي ذلك يقول " الراشدي"[٢] : إن سهولة التغرير ببعض شبابنا، وتغيير أفكارهم، وانقيادهم وراء كل صاحب دعوة، مؤشر على خلل في التفكير واضطراب في المنهج، ولذا فإن التفكير الناقد – لاسيما من منظور تربوي إسلامي– ضرورة لتربيتهم على السؤال بلا خجل عن الأدلة والبراهين، وعدم قبول المعلومة إلا بعد الفحص والتأمل[١].

ويؤكد العديد من المهتمين بتعليم التفكير الناقد أن المشكلة في تعليمه للطلاب أننا ما زلنا في مدارسنا وجامعاتنا نحرص على أن نقدم المحتوى العلمي من خلال الإجابة على (بماذا نفكر)، بينما الأهم من ذلك (كيف نفكر حول المادة) الذي يعني صلب عملية التفكير الناقد بما تشتمل عليه من مهارات فرعية كالاستنباط، ووضع الافتراضات، والمناقشات، والتفسير، والاستنتاج.

---

(٢) أول باحث سعودي مؤصل للتفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية على مستوى العالم العربي.

(١) عمر الراشدي، التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية، مرجع سابق، ص: ٨

والإشكالية الأخرى تتمثل في كيفية تعليم هذه المهارة إذ يحتج بعض الأساتذة الجامعيين بصعوبة تعليم الطلاب هذه المهارة لعدد من الأسباب[٢] أهمها: عدم وجود الوقت الكافي في ظل كثافة المعلومات المتطلبة من المادة، بالإضافة إلى عدم التدريب على تعليم تلك المهارة وعدم وجود برامج خاصة بها، وعدم اهتمام المناهج الدراسية والجامعية بها، وصعوبة تعليمها بشكل عام.

بينما تشير بعض الدراسات[٣] إلى أنه يمكن تعليم هذه المهارة لأهميتها من خلال أحد الاتجاهات الثلاث التالية:

١- تعليم التفكير الناقد من خلال المناهج الدراسية وينادي أصحاب هذا الاتجاه بدمج التفكير الناقد في المناهج الدراسية، بحيث يركز الأستاذ على تعليم التفكير الناقد من خلال المادة الدراسية بأكثر من شكل في المحاضرات أو المختبرات، أو الواجبات المنزلية والبحوث وكتابة التقارير أو من خلال الامتحانات.

٢- تعليم التفكير الناقد كمادة مستقلة عن المنهج الدراسي: ويشير هذا الاتجاه إلى إمكانية تعليم التفكير الناقد كمادة مستقلة خارج المناهج الدراسية، باعتباره قدرة، أو مهارة عامة، تتعدى التحصيل الدراسي.

٣- الاتجاه التوفيقي: وهو الذي ينادي بتعليم التفكير الناقد داخل المناهج الدراسية، ولكن كمادة مستقلة كغيره من المواد الدراسية ليجمع بين الاتجاه الأول والثاني معاً.

وقد يكون من المناسب البدء به في الوقت الحالي، التركيز على إكساب الطلاب بعض الصفات الشخصية في التفكير مثل التفريق بين الآراء والحقائق، تحديد المعلومات ذات العلاقة المباشرة بالموضوع، القدرة على التنبؤ، منحه الثقة وتشجيعه على التساؤل والمناقشة، تعليمه مهارات الحوار وآدابه، تعويده على التريث في إصدار الأحكام النهائية وغير ذلك من المكونات المؤسسة للفكر الناقد، والمكونة لأبعاده ضمن طرق التدريس الحديثة.

ويستعرض "الشريدة"[١] عدد من الدراسات التي تشير إلى أهمية تعليم التفكير الناقد "وخاصة للطلاب"، حيث يحقق الفوائد الآتية :

---

(٢) عدنان يوسف العتوم وآخرون . تنمية مهارات التفكير ،مرجع سابق ، ص: ٩٠

(٣) عدنان يوسف العتوم وآخرون . تنمية مهارات التفكير مرجع سابق ، ص: ٨٤

(١) محمد الشريدة. أثر برنامج تدريبي ما وراء معرفي على التفكير الناقد لدى طلبة الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية، الأردن ٢٠٠٣.

١- تفكيرنا بشكل ناقد يجعلنا أكثر صدقاً مع أنفسنا، وسنتعرف على ما لا نعرفه، ولن نخاف بأن نعترف أننا على خطأ، وأننا يمكن أن نتعلم من أخطائنا، وستكون معتقداتنا خاصة بنا، وليس ما يقرره الآخرون، وسنكون أكثر استقلالية.

٢- يساعدنا التفكير الناقد أن نتخيل أنفسنا في مكان الآخرين ومن ثم إمكانية أن نفهم وجهات نظرهم، وأن نطور قدراتنا على الاستماع لهم بعقلية منفتحة حتى وإن كانت وجهات نظرهم مخالفة لنا.

٣- ستتحسن قدرتنا على استخدام عقولنا بدل عواطفنا، ونستطيع تحديد مشاعرنا وربطها منطقياً مع عواطفنا، وسيساعدنا على تطوير مستويات أفضل من التفكير.

٤- إن تعليم التفكير الناقد يكسب الطلبة منهجية في دراسة الكثير من المواد، كالمنطق والأدب، والتاريخ بحيث يستطيع الفرد تقييمها ودراستها موضوعياً.

٥- إن تعليم التفكير الناقد يعد مدخلاً مبكراً للتقليل من الجنوح الأخلاقي، والتقليل من فرص الجريمة؛ لأن هذا التفكير يعد الفرد معرفياً؛ لإدراك العدالة، والأمن، والإصلاح وغيرها من المفاهيم.

٦- أن تعليم التفكير الناقد يساعد في صنع القرار الحكيم في الحياة اليومية، والبعد عن التطرف.

٧- يسهل التفكير الناقد تحصيل الاستفادة القصوى من التكنولوجيا الحديثة، والأدوات، والآلات، ووسائل الاتصال.

٨- يطور التفكير الناقد تربية وطنية مثالية وحساً عالياً مع المجتمع ورقيه، وتقدمه، وينمي الشعور بالمشاركة السياسية.

٩- يشجع على ممارسة مهارات كثيرة من مهارات التفكير، كمهارة حل المشكلات، ومهارة التفكير المتشعب والإبداعي .

١٠- يشجع المناقشة، والحوار، وسعة الأفق، والقدرة على التواصل، والتفاوض.

١١- يحسّن التفكير الناقد وعي الطلاب وخصوصاً في الجامعات إذ يجب عليهم أن يتفاعلوا مع القضايا المطروحة على الساحة العالمية، والإقليمية والمحلية، ويكون لديهم القدرة على التعامل مع هذه القضايا بروح ناقدة.

١٢- يحسن قدرة الفرد على التعلم الذاتي، ويساعده على البحث الجاد في الكثير من الأمور.

كما أظهرت دراسات تجريبية أخرى لتنمية مهارات التفكير الناقد الفوائد على المتعلمين من عدة جوانب[1] كما يلي:

١- تؤدي إلى فهم أعمق للمحتوى المعرفي.

٢- تقود المتعلم إلى الاستقلالية في التفكير، وتحرره من التبعية والتمحور حول الذات.

٣- تشجع روح التساؤل والبحث، وعدم التسليم بالحقائق دون تحرٍ كافٍ.

٤- تجعل المتعلم أكثر إيجابية وتفاعلاً ومشاركة في عملية التعلم.

٥- تعزز من قدرة المتعلم على تلمس الحلول لمشكلاته، واتخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

٦- تزيد من ثقة المتعلم بنفسه، وترفع من مستوى تقديره لذاته.

٧- تتيح للمتعلم فرص النمو والتطور والإبداع.

---

(١) شاكر عبدالحميد وآخرون، تربية التفكير، مرجع سابق ، ص:٤٩.

٢) أهمية التفكير الناقد التطبيقية في التعرض الإعلامي:

على الرغم من أن كثيراً من الدراسات العربية والمحلية، قد تناولت التفكير الناقد وتنميته للطلاب، بربطه بأساليب تعليم المقررات، وما يتعلق بها من معارف وعلوم ضمن هذا المفهوم، أو دراسته ضمن الخصائص العامة للشباب فقط، إلا أن الحاجة أصبحت قائمة لدراسته ضمن دوائر أوسع وأكثر تأثيراً اليوم كدراسته وربطه بتعرض الشباب لوسائل الاتصال والإعلام التي غدت شريكاً أساسياً في تربية الشباب وتعليمهم، ومن أهم أدوات توجيه الرأي العام وتبني الأفكار والتأثير على المعتقدات والمفاهيم .

إن العولمة الثقافية التي تنادي بها الدول المصدرة لتقنيات الاتصال، لا تفرق بين التعرض لوسائل الاتصال والإعلام العقلاني المدرك الناقد الذي يغربل الأفكار والاتجاهات والآراء التي يتعرض لها الفرد، والتعرض اللاعقلاني الذي قد ينساق وراء أفكار وثقافات وأساليب حياة غير صالحة للإقتداء، أو التطبيق لمجرد أنها متنوعة ومختلفة، ولذا تأتي أهمية الفكر الناقد المقيّم الذي لابد أن يُنمي لدى النشئ ، إذ لم يعد النقد الإعلامي تخصصاً مقصوداً على أشخاص بعينهم كما في السابق .

ويذكر "نيكرسون وآخرون"[(١)] عن أهمية تعلم الفرد التفكير الناقد لهذا السبب أنه مع تعقد المجتمعات، وتواصل البشر عبر أجهزة الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة قد يتعرض الإنسان وخاصة الشباب لكثير من الإغراءات والتأثيرات العاطفية على العقائد والأيديولوجيات والرأي العام، وهذا ما يوجب التفاعل مع الأحداث والقضايا والموضوعات المطروحة، ومن ثم المفاضلة بين الأشياء وبيان المميزات والمثالب من خلال ما يمتلكه الفرد من تفكير ناقد موفق. وتؤكد الدراسة التي تبناها مجموعة أعضاء من جمعية الصحافة ووسائل الإعلام ببريطانيا[(٢)] ما ذهب إليه "نيكرسون" عن أهمية تعليم مهارة التفكير الناقد حيث توصلوا من خلال دراستهم إلى نتيجة مفادها أن الذين يمتلكون مهارة تفكير نقدي لديهم قدرة في تحليل المعلومات من وسائل الإعلام أكثر من غيرهم، و يسند ما توصلت إليه هذه الدراسة دراسة أخرى مشابهه كشفت عن الذين لديهم خبرة في تعلم خيارات الاستهلاك الإعلامي مع وجود مهارة التفكير الناقد هم أفضل فئة تتميز بالاستفادة من التلفزيون على وجه الخصوص ووسائل الإعلام بشكل عام[(١)].

---

(١) Nickerson, Raymond S. And perkins, D.N. and smith, th teaching of thinking. Lawrence Erlbaum Associates publishers,N.Jersy .E.E.(1985)

(٢) Ruminski. H. Hanks. W. (1995). Critical thinking lacks definition and uniform Evaluation criteria . Journalism and Mass Communication Educator. 50(3) .4-10

(١) Silverblatt, A. (2001). Media literacy: Keys to interpreting media messages. (2nd ed.) Westport, CT: Praeger Publishers.

٣) أهمية التفكير الناقد النظرية في التعرض للإعلام:

اعتمدت الدراسات الإعلامية الغربية في وصفها للظواهر الإعلامية على بعض النظريات النفسية والاجتماعية لتفسير تلك الظواهر. ومن أبرز تلك الظواهر ما يتعلق باستخدام جمهور المتلقين لوسائل الإعلام، وتعرضهم لها ولمحتوياتها، وحدود ذلك التعرض ونوعه، وكان من أبرز تلك النظريات التي فسرت بعض الجوانب المهمة في ذلك التعرض أو الانتقاء : نظريات المعرفة الإدراكية و التوازن المعرفي، ونظرية الاستخدامات والاشباعات، ونظرية التعرض الانتقائي، والنظرية الموقفية (الخاصة بتقسيم جمهور المنظمة)، وتأتي مناقشة تلك النظريات الإعلامية الخاصة بالتعرض لتفسير علاقة التفكير الناقد بالتعرض لوسائل الإعلام، وبشكل خاص البرامج الحوارية التلفزيونية لعدة اعتبارات علمية هامة على النحو التالي:

١- كون تلك النظريات لا تتعارض مع المعتقد الإسلامي في جميع افتراضاتها البحثية.

٢- يعد مستوى التفكير الناقد أحد الخصائص الفردية، والدراسات الحديثة تتجه إلى دراسة أنماط التعرض في ضوء الخصائص الفردية والاجتماعية لأهمية نتائجها، بدلاً من الخصائص العامة.

٣- تختلف الاتجاهات الفردية باختلاف مستوى التفكير الناقد [٢]، كما يعكس التفكير الناقد مستوى المعرفة الإدراكية للفرد، والاتجاهات ومستوى المعرفة الإدراكية من أهم الأسس التي بنت نظريات التعرض افتراضاتها عليها .

---

(٢) تختلف الاتجاهات تبعاً لاختلاف مستوى التفكير الناقد بناء على بعض المؤشرات العلمية منها:

أ- المنطق الموضوعي بالإضافة إلى المشاعر والإحساسات الذاتية من أهم مراحل نشؤ الاتجاه(انظر: مصطفى يوسف، المخل إلى علم النفس ، ط٢، ١٩٩٦، ص:٣٢٩) والمفكر الناقد ذو منطلق موضوعي اكثر من الشخص العادي.

ب- يتضمن تكوين الاتجاهات خاصية التقييم لموضوعات معينة (انظر: فلاح العنزي، علم النفس الاجتماعي ، ص: ٢٣٠)، وخاصية التقييم من ابرز خصائص المفكر الناقد.

جـ- الاتجاه كمخطوطة ذهنية يؤثر في انتقاء معلومات معينة، وفي عملية ترميزها وتفسيرها (حسب نموذج براتكانيز وغرينوالد، انظر : فلاح العنزي ، علم النفس الاجتماعي ، مرجع سابق ، ص: ٢٤٣،، وانتقاء المعلومات وطريقة ترميزها تختلف باختلاف مستوى التفكير الناقد ايضا.

هذه المؤشرات العلمية دليل على اختلاف الاتجاهات تبعاً لاختلاف مستوى التفكير الناقد ، وإن كان لا يعني بالضرورة تطابق الاتجاهات لمنهم في نفس مستوى التفكير الناقد.

٤- توافق خاصية التفكير الناقد مع أبرز افتراضات التعرض للإعلام فيما يخص مفهوم الجمهور النشط[١]، الذي قد يتعدى حدود التعرض إلى التفاعل والتأثير خاصة فيما يتعلق ببرامج الجمهور المشارك(البرامج الحوارية).

٥- مستوى التفكير الناقد يقسم الجمهور إلى عدة مستويات بناءً على نشاطه وتفاعله مع ما يتعرض إليه من مواد وبرامج إعلامية حسب تفسير النظرية الموقفية [٢].

٦- يدخل التفكير الناقد كأحد العوامل المفترض تأثيرها على التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية كماً ونوعاً، وذلك من جهة مفهوم العمليات الانتقائية؛ سواء في التعرض أو الإدراك أو التذكر للأفراد التي أشارت إليها أحد أهم النظريات الإعلامية الخاصة بالتأثير الانتقائي[٣]. فمستوى التفكير الناقد قد يجعل الفرد يتعرض لما يختاره من محتوى في ظل وجود البدائل الكثيرة، ويدرك بطريقة نقدية ذلك المحتوى وقد يتذكر ذلك المحتوى متى ما وجد به مادة جيدة للنقد، وهو افتراض علمي قائم لتفسير العلاقة المتبادلة بين التعرض لتلك الوسائل ومهارة التفكير الناقد على ضوء هذه النظرية.

٧- التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية تحديداً مادة مناسبة لربطها بالتفكير الناقد أكثر من أي مادة إعلامية أخرى لعدة اعتبارات منها:

أ) يعد جمهورها – خاصة النوعي الناقد- عنصر اتصال مهم في تقويمها و سبب مباشر في تطورها أو إخفاقها.

ب) الحكم على كثير من مقوماتها الفنية والبشرية والموضوعية[١] من المؤشرات على التحقق من بعض خصائص التفكير الناقد[٢].

ج) مستوى نشاط الجمهور وتفاعله مع البرامج الحوارية تحديداً يعكس مستوى القدرات التفكيرية النقدية له بشكل ملحوظ أكثر من أي مادة إعلامية أخرى .

---

(١) محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام ، عالم الكتب، القاهرة،الطبعة **الأولى**، ١٩٩٧،ص:٢٠٠.

(٢) راسم محمد الجمال، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية،ط١، ٢٠٠٥، ص:٦٣.

(٣) حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدرا المصرية اللبنانية، الطبعة الخامسة ، ٢٠٠٤، ص:٢٣٦ .

(١) انظر : أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، طارق الشدوخي ، رسالة ماجستير – منشورة- جامعة الإمام ، كلية الدعوة والإعلام ، قسم الإعلام، ١٤٢٩هـ (الجوانب الفنية للبرامج الحوارية ص: ١٣٢- ١٤٨).

(٢) خصائص التفكير الناقد مثل: التفريق بين الآراء والوقائع – مناسبة الموضوع مع الضيوف ومحاور النقاش – تقدير تحديد المشكلة بوضوح – الفصل بين الاستمالات العاطفية والاستدلالات العقلية- .. الخ.

التفكير الناقد ونظرية المعرفة الإدراكية :

نظرية المعرفة الإدراكية (بالإضافة إلى نظريات التوازن المعرفي) وتفسر جانب مهماً من استخدام وسائل الإعلام من قبل الجمهور والتعرض لها ، حيث يرى أصحاب هذه النظريات أن الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي الذي كونه عن العالم المحيط به، والأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى[٣] ويدركون ويفسرون ما يتعرضون له في إطار هذا المعنى، وتركز هذه النظريات على طريقة الإدراك، أكثر من أسلوب التعلم، ولذا يفسر أصحاب هذه النظريات حدوث تفاعل في المجال المعرفي الإدراكي عند تعرض الفرد لمحتوى إعلامي مما ينتج عنه إحدى الاستجابات الثلاث:

١- إما الوصول إلى حالة من الاتزان أو التآلف المعرفي مع المحتوى مباشرة.

٢- أو الوصول إلى حالة التوازن بعد تعديل في الإدراك المعرفي تبعا للمحتوى.

٣- أو الوصول إلى حالة عدم الاتزان والانسحاب من الموقف الاتصالي نهائيا.

وبتطبيق مفهوم هذه النظرية على مستوى التفكير الناقد نجد أن الأفراد يختلفون في طريقة إدراكهم المعرفي بناءً على الاختلاف في مستوى التفكير الناقد، حيث أن المفكرين الناقدين يستخدمون مستويات عُليا في تصنيف "بلوم" لإدراكهم المعرفي كالتحليل والتركيب والتقويم[١] بخلاف الأفراد العاديين وهذا يعكس بطبيعة الحال الفروق بين الأفراد في مستوى إدراكهم المعرفي تبعاً للاختلاف في مستوى التفكير الناقد وبالتالي فروق في التعرض النوعي والتفاعل مع المحتوى الإعلامي هذا من جانب، ومن جانب آخر، فإن هناك ثلاث استجابات يفترضها الباحث عند التعرض للمحتوى الإعلامي (البرامج الحوارية) وفقا لمستوى التفكير الناقد على النحو التالي:

١- استمرار التعرض للمفكر الناقد مقابل محتوى جيد أو مقيّم.

٢- استمرار التعرض للشخص العادي مقابل محتوى غير مقيّم[٢].

وفي الحالتين ما يشير إلى حالة التوازن في تفسير نظريات المعرفة الإدراكية.

---

(٣) محمد عبدالحميد ، نظريات الإعلام، مرجع سابق ، ص: ٢٤٥.

(١) Polette,N3R.s for the gifted: Reading, writing and research. Littleton, Co: Libraries Unlimited(1982).

(٢) قد يكون هذا المحتوى غير جيد ولا يستطيع الشخص العادي تقييمه، وقد يكون جيداً وتدعوه عوامل أخرى للاستمرار في التعرض، ولذا أطلق على المحتوى : غير مقيّم..

٣ـ الانسحاب من الموقف الاتصالي(أو البقاء مع النقد) للمفكر الناقد مقابل محتوى غير جيد. وهو ما يشير إلى حالة عدم التوازن في تفسير نظريات المعرفة الإدراكية أيضاً.

هذا التحليل النظري لتفسير علاقة المعرفة الإدراكية بالتفكير الناقد قياساً على افتراضات هذه النظرية الإعلامية، والتي قد يصعب التحقق منها بالمنهج التطبيقي أو الكمي في الوقت الحالي من خلال هذه الدراسة، أما ما يتعلق بمناقشة بعض نظريات التعرض الأخرى التي يتوقع الباحث أن لها علاقة بمستوى التفكير الناقد فسيتم مناقشتها نظرياً عند الإجابة على بعض تساؤلات الجزء التطبيقي من الدراسة في فصل النتائج مثل: الدوافع، والاشباعات، والاتجاهات، والآثار، وعلاقتها بمستوى التفكير الناقد.

٤) دور التعرض للبرامج الحوارية في تنمية التفكير الناقد :

في السابق كانت فكرة الأثر الإيجابي من التعرض للإعلام محدودة وتكاد تكون مقصورة على برامج التنمية الإعلامية في التلفزيونات الحكومية كبرامج التوجيه والإرشاد والتوعية والتثقيف وماشابهها ، وبعد إنتشار البرامج الحوارية الجاده وطرح وسائل الإعلام مؤخراً لقضايا حيوية تهم الجمهور والرأي العام كان ولا بد من إعادة تقييم أثر التعرض الإعلامي أو ما يسمى بالعائد الإيجابي من التعرض لتلك البرامج التي تقوم على احترام عقلية المشاهد وإتاحة الفرصة له بالاتصال والتواصل مع المختصين والمسئولين الذين يستضيفهم تلك البرامج وإشراكهم في طرح القضية ومناقشتها وصولاً إلى حلول مفيدة ، وفي المقابل فإن التعرض المستمر للبرامج الحوارية المفيدة التي تقوم على أساس مهارات الحوار البناء والطرح الموضوعي الجاد سيُكسب المتلقي شيء من أثر تلك المهارات الحوارية وبالتالي مهارة التفكير الناقد نظراً للتقارب الكبيرين بين خصائص تلك المهارتين . وتفسر نظرية التعلم بالملاحظة ونظرية النموذج[1] إمكانية إنتقال ذلك من خلال التعرض لبعض محتويات وسائل الإعلام خاصة البرامج الحوارية .

فحسب افتراضات عملية النموذج فإن هناك مراحل عديدة تبدأ بملاحظة أحد الجمهور لنموذج للسلوك في المحتوى الإعلامي ثم يتعرض الملاحظ على النموذج ويتماثل معه أو يقلده ، ويدرك أن هذا السلوك الموصوفا سيكون مفيداً له في حالة محاكاته ، ثم يتذكر الشخص تصرفات ذلك النموذج

---

(١) حسن عماد مكاوي ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الطبعة الخامسة ، الدار المصرية اللبنانية ١٤٢٥، ص ٣٨٢ .

عندما يواجه موقفاً مشابهاً ويتخذ السلوك الذي اقتنع به كوسيلة للاستجابة لهذا الموقف ، ويؤدي ذلك إلى شعور الفرد بالراحة أو الرضا أو المكافأة وهكذا تتكون الرابطة بين هذه المؤثرات والاستجابة المستوحاة من النموذج أو يزداد تدعيمها ، وعلى ذلك يمكن القول أن نظرية التعلم الاجتماعي توفر وصفاً جديداً للظروف التي يمكن فيها للفرد أن يلاحظ ويتبنى وسائل محددة للاستجابة ، كما أن تطبيق هذه النظرية على وسائل الإعلام في شكل (نظرية النموذج) يثبت بوضوح أن وسائل الإعلام يمكن استخدامها كعوامل وسيطة في عملية التطور الاجتماعي للفرد[1] ، لاسيما إذا كان الحديث عن التعرض للبرامج الحوارية الجادة .

ثالثاً: خصائص التفكير الناقد:

تتمثل خصائص التفكير الناقد من خلال تعريف المفكر الناقد، ودراسة بعض السمات الشخصية المتعلقة بتفكيره، ويمثل هذا التوجه أمراً شائعاً في دراسة الظواهر النفسية، حيث كان "الماسلو" قَصَبُ السبق في هذا الأمر حينما لجأ إلى تعريف تحقيق الذات من خلال دراسته المتعمقة للأفراد المحققين لذواتهم، حيث انتهى به ذلك إلى تحديد عدد من الخصائص التي تميز تحقيق الذات. وعلى هذا النهج قام باحثان بمحاولات عديدة من شأنها تحديد سمات الشخصية الناقدة، وكان من نتائج أبحاثهم أن المفكر الناقد يتميز عن غيره بالخصائص التالية[1]:

١- قادر على الملاحظة.

٢- قادر على النقد الموضوعي.

٣- قادر على التحرير والمرونة العقلية.

٤- يمتلك قدرة على التخيل، ولديه حساسية تجاه المشكلات وتحديدها.

٥- يمتلك قدرة على التنظيم.

٦- يمتلك قدرة على الإبداع.

٧- القدرة على اتخاذ القرار، عند حل المشكلات.

٨- يهتم بالأدوار الاجتماعية بطريقة منطقية، ويهتم بالمنطق العقلاني في التفكير.

---

(٢) ملفين ل . دينلير وساندرابول – روكينش ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤف الطبعة الأولى ، القاهرة : الدار الدولية للنشر ، ١٩٩٣ ، ص ص ٣٠٢ – ٣٠٥ .

(١) حسن زيتون. تنمية مهارات التفكير، مرجع سابق،ص: ١٦٢.

٩- القدرة على ربط المتغيرات، وتقبل آراء الآخرين، وإعادة الحلول، والقدرة على الاكتشاف.

١٠- يمتلك قدرة على : التحليل، التركيب، تمييز الحجج، تفسير وتقويم المناقشات، الاستنباط (والتي تمثل أركان مقياس مهارة التفكير الناقد في بعض الدراسات الحديثة).

١١- القدرة على الاستدلال المنطقي وتجنب الأخطاء الشائعة في الحكم.

١٢- معرفة العلاقات التي تحاول فهم الأهداف المستقبلية.

١٣- القدرة على التناسق، الحوار، الجدل، الاستدلال، الفحص.

١٤- القدرة على الخيال، المرونة والأمانة النقدية، القدرة على توليد الأفكار، اختبار المعنى.

١٥- القدرة على التعامل، التحدي، الميل إلى المناقشة.

كما كان "لبلروكفليد"[1] محاولات في تفصيله لخصائص التفكير الناقد من خلال استعراضه أبرز تلك الخصائص مفصلة على النحو التالي:

١- التفكير الناقد نشاط إيجابي خلاّق :

إذ أن الفرد الذي يفكر تفكيراً ناقداً عادة يكون منخرطاً في الحياة، ويقدر الإبداع والأعمال الإبداعية، ويعبّر عن شعور قوي بأن الحياة مليئة بالاحتمالات، ويرى المستقبل مفتوح أمامه وليس محدداً أو مغلقاً، كما يكون على درجة عالية من الثقة بالنفس في قدرته على تغيير جوانب من عالمه كفرد أو كعضو في جماعة.

٢- التفكير الناقد عملية وليست نتاجاً فقط

فالمفكر الناقد دائماً يحمل تساؤلات دائمة حول الحقائق – غير الوجبية- ولا ينتهي إلى نتيجة مطلقة، ويربط بعض النتائج ببعض أحياناً.

٣- يتغير التعبير عن التفكير الناقد بتغير السياق:

أي أن وضوح التفكير الناقد يعتمد على السياق الذي يظهر فيه.

٤- يستثار التفكير الناقد بالأحداث السلبية والإيجابية:

من الشائع أن الأحداث الكبيرة أو الأزمات من أهم العوامل الأساسية في استثارة التفكير الناقد وهي الدافع لذلك التفكير، بينما قد يستثار التفكير الناقد بالأحداث الإيجابية كالتفكير بعد النجاح في الالتحاق بعمل مناسب، أو قد يستثار كذلك ببعض لأحداث السلبية.

---

(١) Brookfield, Developing critical thinker,1 edition. Open Unversity press, England. S.D.(1987).

٥- التفكير الناقد نشاط انفعالي وعقلاني معاً:

قد ينظر إلى التفكير باعتباره نشاطاً معرفياً خالصاً بعيداً عن الانفعالات والعواطف، لكن الحقيقة أن الانفعالات هي أساس عملية التفكير، فحين يحاول الفرد إعادة تقويم معتقداته أو أفكاره التي اكتسبها؛ فقد يكون ذلك نتيجة قلق استشعره نحو هذه الأفكار أو المعتقدات. ويشير "جروان" إلى هذه النقطة في قوله "أنه يصعب الفصل بين العوامل الموضوعية والشخصية في أي عمل يستهدف المعرفة، وأن القوة الدافعة التي تثير التفكير الناقد عادةً هي قوة متجذرة في القيم والاستعدادات والمكونات الشخصية للفرد من ميول واتجاهات ودافعية". ويعبر "ماير"[١] في هذا الموضوع على أن التفكير الناقد ينطوي على بعدين مهمين هما:

أ - بعد معرفي يستدعي وجود منظور أو إطار لتحليل القضايا والمواد المرتبطة بميدان من ميادين المعرفة.

ب- بعد انفعالي يضم: الاتجاهات العامة المرتبطة بإثارة الأسئلة، والتعليق المؤقت لإصدار الأحكام الشخصية، و الاستمتاع بمعالجة المسائل الغامضة والمتشابكة.

ويذكر "جروان وآخرون"[١] عدداً من الخصائص والسلوكيات البارزة التي أوردها باحثون متخصصون في وصف الشخص الذي يفكر تفكيراً ناقداً على النحو التالي:

- منفتح على الأفكار الجديدة.
- لا يجادل في أمر عندما لا يعرف شيئاً عنه.
- يعرف متى يحتاج إلى معلومات أكثر حول شئ ما.
- يعرف الفرق بين نتيجة ربما تكون صحيحة ونتيجة لا بد أن تكون صحيحة".
- يعرف بأن لدى الناس أفكاراً مختلفة حول معاني المفردات.
- يحاول تجنب الأخطاء الشائعة في استدلاله للأمور.
- يتساءل عن أي شيء يبدو غير معقول أو غير مفهوم له.
- يحاول فصل التفكير العاطفي عن التفكير المنطقي.
- يحاول بناء مفرداته اللغوية بحيث يكون قادراً على فهم ما يقوله الآخرون وعلى نقل أفكاره بوضوح.
- يتخذ موقفاً أو يتخلى عن موقف عند توافر أدله وأسباب كافية لذلك.

(1) Meyer.Teaching students to think critically: Aguide for faculty in all disciplines . San Francisco, CA: jossey-Bass publishers. C. (1991)

(٢) فتحي جروان، تعليم التفكير، مرجع سابق، ص: ٦٣

- يأخذ جميع جوانب الموقف بنفس القدر من الأهمية.
- يبحث عن الأسباب والبدائل.
- يتعامل مع مكونات الموقف المعقد بطريقة منظمة.
- يستخدم مصادر علمية موثوقة ويشير إليها.
- يبقى على صلة بالنقطة الأساسية أو جوهر الموضوع.
- يعرّف المشكلة بوضوح.

ويضع "ريجيرو" "Ruggiero"[1] مقارنة بين المفكر الناقد والشخص العادي أو غير المفكر الناقد، يوضح من خلالها الفروق في الخصائص الشخصية بين الفئتين لإبراز بعض خصائص المفكر الناقد بشكل أوضح على النحو التالي:

(1) Ruggiero ,V: Beyond Feelings: A Guide to Critical Thinking, 6edition, Mayfield Publishing Co., California.(2001)

جدول (٢)

يوضح الفرق بين المفكر الناقد وغير الناقد في الخصائص الشخصية

م	المفكر الناقد	غير الناقد
١	يأخذ المشكلات الفكرية والاكتشافات الجديد على أساس أنها تحديات مثيرة لشهيته العقلية	يعتبر ذلك أموراً مزعجة وتمثل تهديداً ليقينه وذاته.
٢	يتسم بحب الإطلاع والصبر حين يواجه مشكلات معقدة، ومستعد لبذل الجهد حتى يتجاوز حيرته ويفهم.	لا يطيق صبرا أمام الأمور المعقدة، ويفضل البقاء في حيرة من أمره على بذل الجهد حتى يفهم
٣	أمين مع نفسه، و يعترف بجهله بأمور معينة، ويدرك حدوده، ويترقب أخطاءه ويعمل على إصلاحها.	يدعي لنفسه أو للغير أنه يعرف الكثير، ويتجاهل حدود قدراته، ويفترض أنه دائماً على حق.
٤	يبني أحكامه على أدله موضوعية بدلاً من التفضيل الشخصي، ويعلق الحكم في حالة عدم كفاية الأدلة، ويراجع أحكامه عندما يظهر دليل جديد يثبت عكس ما توصل إليه.	يبني أحكامه على الانطباعات الأولى وردود الفعل العاطفية ولا يهتم بكيف أو كم الدليل المؤيد أو المعارض ويتسم بالتشبث بالرأي.
٥	يبدي اهتمام بأفكار الآخرين ويرغب في الاستماع والقراءة المتفهمة حتى للآراء المخالفة.	مشغول بنفسه وبآرائه الخاصة .
٦	يعترف بأن الآراء المتطرفة نادراً ما تكون صحيحة ولذلك يتجنبها ويبحث عن المواقف المتوازنة.	يتجاهل الحاجة إلى التوازن ويفضل الآراء التي تدعم وجهة نظره وإن كانت متطرفة.
٧	يمارس ضبطِ النفس والتحكم في المشاعر ولا يتصرف إلا بعد تفكير والتأمل.	يميل إلى التصرف طبقا لما تمليه عليه مشاعره وانفعالاته ولذلك يأتي تصرفه متسما بالرعونة والتعجل.

رابعاً: خطوات التفكير الناقد:

قدم بعض العلماء التفكير الناقد باعتباره مجموعة مراحل متسلسلة من العمليات المعرفية، تبدأ بالدافعية المعرفية وتنتهي بالتكامل الشخصي المعرفي، وعرفت فيما بعد هذه النظرية بخطوات التفكير الناقد، حيث يستعرضها "كاشو"(Kasschau)[1] على النحو التالي:

الخطوة الأولى : الدافعية:

فالعوامل الدافعة تؤثر بصفة أساسية على جذب الانتباه كما تحدد درجة حساسية الفرد لتناقض الأحداث الخارجية مع النظرية الشخصية فيكون الشعور بالتباعد أو التناقض الذي يمثل أساساً لخلق التفكير الناقد، وهي كما يذكرها كاشو : التوجهات، تصريف الطاقة، إظهار حب الاستطلاع، توازن المشاعر، والأخذ بالمخاطر.

الخطوة الثانية: البحث عن المعلومة:

وتبدأ مرحلة البحث عن المعلومة نتيجة التناقض بين الحدث والنظرية الشخصية الذي من شأنها أن تحل هذا التناقض، والبحث عن المعلومة أحد المهارات المعرفية التي تعد نتاجاً لخبرات التعلم التي تحدد أنشطة البحث عن المعلومة وتنظيمها.

الخطوة الثالثة: ربط المعلومات:

وتتمثل في توظيف المعلومة المحددة من خلال عمل الصلات بين المعلومات، وتحديد النماذج، والتفكير التقاربي الناقد، والاستدلال، وطرح الأسئلة، وتطبيق المعرفة، والتفكير التباعدي أو الابتكاري.

الخطوة الرابعة: التقويم:

فعملية التقويم للمفكر الناقد هنا تتخذ ثلاث مسارات: أولاً يجب أن يقدم حلاً مؤقتاً للتناقض المطروح، ثم يجب عليه أن يبحث الأسلوب الذي أدى إلى نشأة هذا الحل، وثالثاً عليه أن يقوم النتائج والعملية معاً وهذا ما يتضح من خلال الخطوات التالية التي يقوم بها الفرد الحل المؤقت للتناقض، تقويم النتائج، تقويم العملية (عملية التفكير الناقد)، بالإضافة إلى تقويم استراتيجيات ما وراء المعرفة مثل: أن يعرف الفرد ما لم يكن يعرفه، أن يحدد المسلمات، أن يتحمل الغموض، افتراض

---

(١) عبدالرحمن الغامدي، التفكير الناقد في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية، مرجع سابق،ص: ٦٧.

رؤية الآخر وتفسيره للموقف، افتراض درجة تعقد المشكلة، بناء العديد من الرؤى، الفصل بين ما هو موضوعي وما هو ذاتي، إدارة الوقت بكفاءة، اختيار النموذج المناسب للعمل.

الخطوة الخامسة: التعبير:

وفي هذه المرحلة التي يفصح فيها المفكر عن حله المؤقت، يشير أيضاً إلى أن هذا الحل قابلٌ للتغذية المرتجعة أو النقد أو التعديل في ضوء المعلومات الجديدة والرؤى البديلة.

الخطوة السادسة: التكامل:

وهي مرحلة تكامل النظرية الشخصية مع القاعدة المعرفية المكونة من الآراء، والمعتقدات، والقيم، والوقائع. وتحدث في نهاية النشاط الفكري، ويعبر عنها بحالة من الارتياح المعرفي مثل قوله (هكذا أفضل أو هكذا أصبح ذا معنى أفضل) ويظل المفكر الناقد يعيش هذا الارتياح المعرفي حتى تحل تناقضات جديدة تمثل تحديات جديدة، تبدأ معها عملية التفكير الناقد من جديد.

وانتهاء بهذه الخطوة تتم عملية التفكير الناقد باعتباره عملية أكثر من كونه نتاجاً.

وتعرض "قطامي"[1] سلسة أخرى من خطوات التفكير الناقد التي قدمها باحثون في هذا المجال بشكل مختصر على النحو التالي:

١- صياغة الفكرة التي طورها المتعلم بعد مروره في الخطوات التمهيدية.

٢- ملاحظة العناصر المختلفة المتضمنة في النص.

٣- تحديد العناصر اللازمة، وغير اللازمة وفق معايير مصاغة.

٤- طرح أسئلة تحاكم العناصر اللازمة.

٥- ربط العناصر بروابط وعلاقات.

٦- وضع الأفكار المتضمنة على صورة تعميمات في جمل خبرية.

٧- وضع الأفكار في وحدات تضم: مقدمة ونتيجة الدليل، أو الفرضية والدليل.

٨- اقتراح أبدال ممكنة وموجودة، وتحديد معايير لفحص الأبدال المتاحة.

٩- صياغة استنتاجات.

١٠- التمييز بين الاستنتاجات الصحيحة، والخاطئة.

١١- صياغة افتراضات عامة.

---

(١) نايفة قطامي. تعليم التفكير الناقد للمرحلة الأساسية، الطبعة الأولى. عمان دار الفكر، ٢٠٠١

١٢- التريث في قبول الأحكام، والتسليم بها.

١٣- توليد معان جديدة اعتماداً على التعميمات.

١٤- بناء توقعات جديدة تتجاوز الخبرة التي يتضمنها النص.

خامساً: معايير التفكير الناقد:

توصل الباحثون من خلال دراسات أجروها إلي جملة من المعايير(مواصفات) يجب توافرها في التفكير الناقد عند معالجة مشكلة أو ظاهرة يستوجب التفكير فيها، وتعد تلك المعايير بمثابة موجهات للمعلم أو المتعلم للتأكد من فعالية التفكير الناقد والقدرة على الارتقاء بالتفكير من المستوى الأولي إلى المستوى المتطور وبما يتناسب وخصائص المفكر الناقد[1]، وتختلف تلك المعايير من باحث إلي آخر إلا أن المقصود بها إجمالاً "المواصفات العامة التي تتخذ أساساً قي الحكم على نوعية التفكير الاستدلالي أو التقييمي الذي يمارسه الفرد في معالجته للمشكلة أو الموضوع المطروح" وهي بمثابة موجهات لكل من المعلم والطالب ينبغي ملاحظتها والالتزام بها في تقييم عملية التفكير بشكل عام والتفكير الناقد بشكل خاص ويجب على المعلم أن يتابع استجابات طلبته وحواراتهم بكل اهتمام أثناء معالجتهم للموقف الفكري، وأن يتوقف لمناقشتهم كلما دعت الحاجة إلي تأكيد أهمية واحد أو أكثر من هذه المعايير، حتى يشملها كحاجة أساسية لسلامة تفكيرهم. ومن ابرز هذه المعايير ما أورده الباحثان "إيلدر" و "بول" كما يلي:

١. الوضوح :

يُعَدُّ الوضوح من أهم معايير التفكير الناقد باعتباره المدخل الرئيس لباقي المعايير.

فإذا لم تكن العبارة واضحة، فلن نستطيع فهمها، ولن نستطيع معرفة مقاصد المتكلم أو الطالب، وبالتالي لن يكون بمقدورنا الحكم عليها بأي شكل من الأشكال. وحتى يدرب المعلم طلبته على الالتزام بوضوح العبارات في استجابتهم، ينصح بالإكثار من الأسئلة الاستيضاحية عندما لا تكون عبارات الطلبة واضحة. ومن بين الأسئلة الملائمة لذلك نذكر ما يلي:

---

(١) عبد الرحمن الغا مدي، التفكير الناقد في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية، مرجع سابق، ص: ٨٠

- هل تستطيع أن تفصّل هذه النقطة بصورة أوسع؟
- هل يمكن أن تعبر عن الفكرة بطريقة أخري؟
- هل يمكن أن تعطيني مثالاً على ما تقول؟
- ماذا تقصد بقلك "............"؟

٢. الصحة :

يقصد بمعيار الصحة أن تكون العبارة صحيحة ومُوثَّقة. وقد تكون العبارة واضحة ولكنها ليست صحيحة، كأن نقول: "معظم النساء في البلاد العربية يعمرن أكثر من ٦٥ سنة"، دون أن يستند هذا القول إلي إحصاءات رسمية أو معلومات موثقة. ومن الأسئلة التي يمكن أن يثيرها المعلم لاستقصاء درجة صحة العبارة:

- هل ذلك صحيح بالفعل ؟
- كيف يمكن أن نفحص ذلك ؟
- كيف يمكن التأكد من صحة ذلك ؟

٣. الدقة :

يقصد بالدقة في التفكير بصورة عامة استيفاء الموضوع حقه من المعالجة التعبير عنه بلا زيادة أو نقصان. تكون ويعرف هذه المعيار في فنون البلاغة العربية بـ"المساواة"، ومعناها أن تكون الألفاظ على قدر المعنى أو الفكرة بالضبط. وعليه، فإن معيار المساواة لا يتحقق في عبارة إذا كانت تتضمن حشوا للكلام أو بترا له. وتوصف العبارة في حالة الحشو بـ " الإطناب"، بينما توصف في حالة البتر بـ " الإيجاز"، وتفتقر في الحالتين للضبط والإحكام. ومن العبارات التي تتحقق فيها الدقة أو المساواة:

- قوله تعالي ﴿ ۞ إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُ بِٱلۡعَدۡلِ وَٱلۡإِحۡسَٰنِ وَإِيتَآيِٕ ذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَيَنۡهَىٰ عَنِ ٱلۡفَحۡشَآءِ وَٱلۡمُنكَرِ وَٱلۡبَغۡيِۚ يَعِظُكُمۡ لَعَلَّكُمۡ تَذَكَّرُونَ ۝٩٠ ﴾.[1]

إن هذه لآية الكريمة لا تحتمل زيادة لفظ ولا إسقاط لفظ، لأن الزيادة لا تضيف فائدة، أما الإسقاط فمن شأنه الإخلال بالمعنى .

ويستطيع المعلم أن يوجه الطلبة لهذا المعيار عن طريق السؤالين الآتيين:

---

(١) سورة "النحل"، آية رقم(٩٠).

- هل يمكن أن يكون أكثر تحديدا ؟ (في حالة الإطناب)
- هل يمكن أن يعطي تفصيلات أكثر؟ (في حالة الإيجاز الشديد)

٤. الربط :

يعني الربط مدي العلاقة بين السؤال أو المداخلة أو الحجة أو العبارة بموضوع النقاش أو المشكلة المطروحة. ويمكن للمعلم أو الطالب أن يحكم على مدي الارتباط أو العلاقة بين المشكلة –موضوع الاهتمام– وبين ما يثار حولها من أفكار أو أسئلة عن طريق ملاحظة المؤشرات الآتية:

- هل تعطي هذه الأفكار أو الأسئلة تفصيلات أو إيضاحات للمشكلة ؟
- هل تتضمن هذه الأفكار أو الأسئلة أدلة مؤيدة أو داحضة للموقف؟

وحتى يتسنى التمييز بين العناصر المرتبطة بالمشكلة والعناصر غير المرتبطة بها، لا بد من تحديد طبيعة المشكلة أو الموضوع بكل دقة ووضوح.

٥. العمق :

تفتقر المعالجة الفكرية للمشكلة أو الموضوع في كثير من الأحوال إلي العمق المطلوب الذي يتناسب مع تعقيدات المشكلة أو تشعب الموضوع.

وعلى سبيل المثال فإن مشكلة التدخين مشكلة معقدة نتيجة ارتباطاتها ومضاعفتها التي تتجاوز الفرد إلي المجتمع. فإذا استخدمنا عبارة " التدخين ضار بالصحة" لحث المراهقين أو الشباب على عدم التدخين أو تركه، ثم توقفنا عند هذا الحد، فإن تفكيرنا ينقصه العمق المطلوب لمعالجة المشكلة ، بالرغم من أن العبارة واضحة ودقيقة ومحكمة ومرتبطة بالموضوع.

٦. الاتساع :

يوصف التفكير الناقد بالاتساع أو الشمولية عندما تؤخذ جميع جوانب المشكلة أو الموضوع بالاعتبار. ولتقييم مدي توافر هذا المعيار، يمكن إثارة عدة أسئلة من نوع:

- هل هناك حاجة لأخذ وجهة نظر أخرى بالاعتبار؟
- هل هناك جهة أو جهات لا ينطبق عليها هذا الوضع؟
- هل هناك طريقة أخري لمعالجة المشكلة أو السؤال؟

٧. المنطق :

من الصفات المهمة للتفكير الناقد أو الاستدلال أن يكون منطقياً. وعندما يقال بأن فلاناً يفكر تفكيراً منطقياً، فإن صفة "المنطق" هي المعيار الذي استند إليه الحكم على نوعية التفكير. ويقصد بـ"التفكير المنطقي" تنظيم الأفكار وتسلسلها وترابطها بطريقة تؤدي إلي معنى واضح، أو نتيجة مترتبة على حجج معقولة. ويمكن إثارة الأسئلة الآتية للحكم على منطقية التفكير:

- هل ذلك معقول؟
- هل يوجد تناقض بين الأفكار أو العبارات ؟
- هل المبررات أو المقدمات تؤدي إلي هذه النتيجة بالضرورة؟

٨. الدلالة والأهمية (Siynifi cance)[١] :

وذلك من خلال التعرف على أهمية المشكلة أو الموقف مقارنة بالمشكلات والمواقف الأخرى التي تعترض الفرد.

سادساً: معوقات التفكير الناقد :

توجد بعض العوامل التي تؤدي إعاقة التفكير الناقد، أو حتى وجوده وقد حاول بعض الباحثين دراسة تلك العوامل للتأكد من علاقتها بإعاقة التفكير الناقد وتوصلوا إلى عدد منها على النحو التالي:

١. الجزمية:

يقصد بها المعتقد الجوهري الذي يؤمن به الفرد إيماناً جازماً، فالتركيز على شكل الاعتقاد وليس على مضمونه أي أنها لا تتعلق بالآراء، وطبيعة المعتقدات ذاتها ولكنها تهتم بأسلوب اعتناق هذه الآراء. وأسفرت النتائج عن وجود معامل ارتباط سالب بين التفكير الناقد والجزمية قدره (-٠.١٥١) ودال عند مستوي (٠.٠١).

---

(١) شاكر عبدالحميد، تربية التفكير، مرجع سابق، ص: ٥٣.

٢. الجمود:

أي عدم المرونة أو مقاومة التغيير، والإصرار على صحة الأسلوب المختار للعمل، مع التشبث في الأداء والرأي. والفرق بينه وبين الجزمية، في أن الجمود يتعلق بإحدى المعتقدات أو الأعمال، أما الجزمية فإن مقاومة التغير فيها يتعلق بنظام المعتقدات كله، وليس ببعض الآراء المفردة. وأسفرت النتائج أيضا عن وجود معامل ارتباط سالب بين التفكير الناقد، والجمود قدره (-٠.٢٥٠) ودال عند مستوي (٠.٠١).

٣. المسايرة:

هي درجة انصياع الفرد لاتجاهات المحيطين به ابتداء من أفراد الأسرة إلي الزملاء والأصدقاء، إلي تقاليد المجتمع ونظمه وعاداته، إلا أن النتائج أسفرت عن وجود معامل ارتباط موجب بين التفكير الناقد والمسايرة قدره (٠.٠٢) وقصر عن بلوغ أي دلالة إحصائية. وعللت الدراسات التي أجريت النتيجة باحتمالين: طبيعة ثقافة عينة البحث، وقصور القياس المستخدم في قياس المسايرة قياسا دقيقا.

٤. التفكير الخرافي:

نقيض التفكير العلمي، وهو التفكير الذي يستند إلي أسباب غير طبيعية كالعلل غير الصحيحة أو الغيبية التي لا يمكن تحديدها، أو التحكم فيها؛ وذلك لتفسير أو حل مشكلة طبيعية. إلا أن النتائج أسفرت عن وجود معامل ارتباط موجب بين التفكير الناقد، والتفكير الخرافي بلغ (٠.٠٦١) وغير دال إحصائياً. وفسّرت تلك الدراسات النتيجة بأنّ عينة البحث جمعت بين التفكير الناقد والتفكير الخرافي، واحتفظت بهذه الأنظمة المتعارضة في تفكيرها. ويعود سبب ذلك إلي أن المعتقدات تم ترسيخها منذ الصغر على أيدي أشخاص من ذوي الأهمية السيكولوجية كالأم. وتجاور النظامان الخرافي والعلمي يحقق درجة من الشعور بالأمن، التوازن لدي أفراد العينة.

كما أن هناك خمسة معوقات أخري تلافيها يؤدي إلي تحسن في التفكير الناقد وهي:

١- الانقياد للتعبيرات العاطفية:

ويقصد بها التعبيرات التي تتضمن اتجاهات عاطفية تبعد الفرد عن الحقيقة الموضوعية. كتلك التي تستخدم في مواقف السياسة، والمشكلات الاجتماعية؛ والمناقشة فيها لا تؤدي إلي نتيجة أوحل صحيح أوحل صحيح أو رأي سليم، مثل عبارة الضمير العالمي.

٢- الانقياد للآراء التواترية:

ويقصد بها الآراء الشائع استخدامها بين الناس، والتي يتقبلها الفرد وينقاد لها دون الرجوع إلى مصادرها الحقيقة، أو التأكد من مدى صحتها؛ وتؤدي عادة إلي نتائج غير صحيحة إذا كان المصدر نفسه غير صحيح، مثل: البنات أقل ذكاء من البنين.

٣- التعصب:

أي ميل الشخص إلي الحكم على المسائل وجهة النظر التي تحددها مجموعة الظروف التي يعيش فيها، كالعادات، والاتجاهات الخاصة بالجماعة ولا يكون الحكم في هذه الحالة موضوعيا مطلقاً.

٤- التطرف في الرأي :

أي تحديد الرأي بإحدى نقطتي النهاية بالنسبة لموضوع يمكن تمثيل الحقيقة فيه بدرجة معينة بين النهايتين، وهذا لا يعني أن الحقيقة لا يمثلها أحدي النهايتين فقد تكون فعلا في إحدى النهايتين، وذلك بعد البحث والبرهان العلميين. مثل: الحكم على أحدي الأجناس البشرية بالغباء.

٥- القفز إلي النتائج :

أي مسايرة الاتجاه العام للعملية بدون فحص أو تدقيق، الانتباه لبعض الوقائع دون الأخرى، والوصول إلي نتيجة سريعة ولكنها غير صائبة.

وقد جاء ذكر معوقات التفكير الناقد مصنفة في دراسة "الراشدي"[(١)] ضمن إطار تربوي حيث صنفها إلى ثلاثة فئات على النحو التالي:

١- المعوقات المتعلقة بالفرد: وتشمل، الجهل – التقليد – الاستكبار – إتباع الهوى.

٢- المعوقات المتعلقة بالأسرة: وتشمل، تربية الخوف – إهمال ملكات الطفل في وقت مبكر من عمره.

٣- المعوقات المتعلقة بالمدرسة : وتشمل، تربية التلقين – تربية المسايرة، (النسخ المكررة).

ومن الناحية النظرية يبدو أن ما ذكر من عوامل تعيق بالفعل قدرة الفرد على التفكير الناقد، إلا أن هناك حاجة للمزيد من الدراسات لمعرفة العلاقة بين التفكير الناقد، والمعوقات المفترضة، إضافة إلي زيادة تقنين أدوات ومقاييس تلك المعوقات.

(١) انظر إلى : عمر بن حسن الراشدي ، التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية، مرجع سابق ص: ٣٣٠ - ٣٥٨

سابعاً: التفكير الناقد في التربية الإسلامية:

يعتقد كثير من الباحثين أن التفكير الناقد وليد التربية الحديثة، إلا أن الباحث في التربية الإسلامية يجد أن القرآن الكريم والسنة النبوية قد عُنيا بالتفكير الناقد في أمور الإنسان كلها سواء كانت الدينية أو الدنيوية.

فقد وجه القران الكريم الناس إلى التفكير الناقد، حيث قال عز وجل:﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا بِجَهَٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَٰدِمِينَ ٦ ﴾[1]، ويفسر "الشيخ عبد الرحمن السعدي"، بقوله بأن هذه الآية تعد من الآداب التي على أولي الألباب التأدب بها واستعمالها، وهي أنهم إذا أخبرهم فاسق بنبأ- أي: خبر - أن يتثبتوا في خبره، ولا يأخذوه مجرداً دون تمحيص.

وفي موضع آخر يقول عز وجل: ﴿ ٱلَّذِينَ يَسۡتَمِعُونَ ٱلۡقَوۡلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحۡسَنَهُۥٓۚ أُوْلَٰٓئِكَ ٱلَّذِينَ هَدَىٰهُمُ ٱللَّهُۖ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمۡ أُوْلُواْ ٱلۡأَلۡبَٰبِ ١٨ ﴾[2]، يقول بن عباس – رضي الله عنهما-" هو الرجل يسمع الحسن والقبيح، فيتحدث بالحسن، وينكف عن القبيح فلا يتحدث به"[3]

فدلت هذه الآية الكريمة على وصف للمؤمنين الذين يستخدمون عقولهم الناقدة الفاحصة والباحثة لكل ما هو حسن.

وفي قصة أدام عليه السلام مع إبليس التي ذكرها الله عز وجل في القرآن الكريم إشارة هامة لأهمية التفكير الناقد قبل الإقدام على اتخاذ أي قرار، فأدم عليه السلام بادئ ذي بدء تلقى نصيحة إبليس واستجاب لها دون نقد وتمحيص وتفكير في عواقبها.. يقول تعالى في هذه القصة ﴿ فَأَزَلَّهُمَا ٱلشَّيۡطَٰنُ عَنۡهَا فَأَخۡرَجَهُمَا مِمَّا كَانَا فِيهِۖ وَقُلۡنَا ٱهۡبِطُواْ بَعۡضُكُمۡ لِبَعۡضٍ عَدُوّٞۖ وَلَكُمۡ فِي ٱلۡأَرۡضِ مُسۡتَقَرّٞ وَمَتَٰعٌ إِلَىٰ حِينٖ ٣٦ ﴾[1]، ولكن بفضل الله عز وجل وإنعامه

---

(١) سورة الحجرات آية: ٦

(٢) سورة الزمر آية : ١٨

(٣) محمد بن أحمد القرطبي، الجامع لأحكام القرآن الكريم، دار الفكر، بيروت، لبنان، ١٤١٥هـ، ج ٨، ص: ٢١٧.

(١) سورة البقرة : ٣٦

على آدم بالعقل السليم والهدايه أستطاع أن يستدرك الخطأ بالتوبة والرجوع للحق بعد اكتشافه للخطأ وهي سنة سنها أبونا أدام وفيها إشارة أيضا لنقد الذات والرجوع للحق حال التيقن منه، بخلاف المنهج الشيطاني القائم على التبرير، وعدم الاعتراف بالخطأ.

وقد جاء في الحديث أن يوطن الإنسان لنفسه، عن حذيفه رضي الله عنه قال، قال (ﷺ) "لا تكونوا إمعة، تقولون إن أحسن الناس أحسنا، وإن ظلموا ظلمنا، ولكن وطنوا أنفسكم ،أن أحسن الناس أن تحسنوا، وإن أساءوا أن لا تظلموا" رواه المنذري(٢).

كما نجد الرسول ﷺ كثيرا ما كان يقوّم أقوال وأفعال صحابته رضي الله عنهم، ومن ذلك ما رواه أبو هريرة رضي الله عنه: أنه دخل رجل المسجد فصلى ركعتين ثم قام وسلم على النبي ﷺ فرد عليه السلام، وقال له: أرجع فصلَ فإنك لم تُصلِ كرر الرجل ذلك ثلاث مرات وفي كل مرة يقول له النبي ﷺ مثل قوله، إلي أن جاءه فقال: لا أحسن أكثر مما فعلت فعلمه، الرسول الكريم الصلاة حينئذ (٣).

والمتتبع للفكر التربوي الإسلامي يلاحظ وبوضوح تأكيد المفكرين التربويين الإسلاميين على عرض الآراء وتفحص المسائل بعين العالم الدارس، لا بعين المتكلم الذي يجعل هدفه مناقضة الآراء قبل أن تكتمل صورتها لديه، وفق خطوات علمية إجرائية واضحة.

ويشير "الراشدي" في بحثه التأصيلي عن التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية إلى أن مفهوم التفكير الناقد يعد من الأصول المهمة في التربية الإسلامية، إذ هو ينطلق من أسس ثابتة ووفق ضوابط موجهه، ويقوم على وظائف تعد من الدين بالضرورة . فهو يقوم على أسس خمسة هي: العقيدة الإسلامية، والعبودية لله عز وجل، والمسؤولية، والحرية المنضبطة، واحتمالية الخطأ الإنساني، وهذه الأسس تجعل من التفكير الناقد تفكيراً متوازناً بين الجانب المادي والروحي، وتجعله تفكيراً منتجاً ومثمراً وخلاقاً، غايته تحقيق العبودية لله عز وجل.

كما ينضبط التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية بضوابط توجهه وتتيح له الانطلاق ولا تحد من حركته ضمن المسار الصحيح، وقد قسمها الراشدي إلى ثلاثة أقسام رئيسية على النحو التالي:

١) ضوابط تتعلق بالمفكر الناقد: وتشمل بعض الخصائص مثل حسن النية، والأمانة العلمية، والعدل والإنصاف، والأهلية العلمية، والموضوعية، والتثبت عند إصدار الحكم.

---

(٢) في كتاب الترغيب والترهيب، بإسناد صحيح أو حسن أو ما قاربهما.

(٣) المحدث البخاري من الجامع الصحيح ، وقال حديث صحيح

٢) ضوابط تتعلق بموضوع التفكير الناقد: وهي بمثابة مواصفات للموضوع كأن يكون في حدود العقل ومما يجوز التفكير فيه، وأن يكون مما يدخل الخطأ فيه، وأن يكون مما يجوز نقده في شرع الله (فلا نقد لآيات الله و رسله وكتبه وأصحاب نبيه صلى الله عليه وسلم).

٣) ضوابط تتعلق بطريقة ومنهجية التفكير الناقد، مثل : تحديد الهدف من النقد، ووضع معيار دقيق للنقد، والموازنة بين السلبيات والإيجابيات أو البحث عن المصلحة العامة، والالتزام بحدود النقد، بالإضافة إلى البعد عن التعميم.

ويقوم التفكير الناقد على تسع وظائف من وجهة نظر التربية الإسلامية كما ذكرها "الراشدي"[(١)](بتصرف من الباحث) كما يلي:

١. النصيحة، ودليلها من الحديث المشهور، " أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: الدين النصيحة، إلى أن قال : لله، ولكتابه، ولرسوله، ولأئمة المسلمين وعامتهم.

٢. الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، قال تعالى: ﴿ كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُم ۚ مِّنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴾[(٢)].

٣. محاسبة النفس (النقد الذاتي)، قال تعالى: ﴿ أَوَلَمَّا أَصَابَتْكُم مُّصِيبَةٌ قَدْ أَصَبْتُم مِّثْلَيْهَا قُلْتُمْ أَنَّىٰ هَٰذَا ۖ قُلْ هُوَ مِنْ عِندِ أَنفُسِكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٦٥﴾ ﴾[(١)]، وينبه الله عز وجل المسلمين في هذه الآية عند حدوث المصائب بأن يراجعوا أنفسهم ويحاسبوها(بعد أن ينقدوها نقداً ذاتيا وموضوعياً)، كي تقبل التوبة وتزول المصيبة برحمة الله عز وجل.

٤. تحقيق النهضة الفكرية والثقافية وتصحيح أدواتها ومن أهمها وسائل الإعلام.

٥. الوصول إلى الحقيقة، لاسيما إذا تعددت مصادر الأخبار، وشوهت الحقائق.

٦. التحرر من التبعية والتقليد، كما وجه النبي الكريم صلى الله عليه وسلم في الحديث السابق بأن لا يكون المسلم إمعة، بل لابد أن ينطلق من رأيه بعد اتخاذه للقرار المبني على النقد والتمحيص غير مقلد أو متبع لأحد من البشر دون دليل شرعي.

---

(١) عمر بن حسن الراشدي ، التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية مرجع سابق ،ص:

(٢) سورة ال عمران : ١١٠.

(١) سورة ال عمران ١٦٥

٧.	المساهمة في الكشف عن الأخطاء وسرعة علاجها، وهو ما يعرف بمصطلح "الإصلاح من واجب المسئولية الشرعية" سواء على المستوى الفردي أو الأسري والمجتمعي أو حتى على مستوى الأمة مستطاع لذلك سبيلاً. قال المصطفى صلى الله عليه وسلم " ألا كلكم راع . وكلكم مسئول عن رعيته . فالأمير الذي على الناس راع، وهو مسئول عن رعيته . والرجل راع على أهل بيته، وهو مسئول عنهم . والمرأة راعية على بيت بعلها وولده، وهي مسئولة عنهم . والعبد راع على مال سيده، وهو مسئول عنه . ألا فكلكم راع . وكلكم مسئول عن رعيته"(٢) .

٨.	تحقيق إنسانية الإنسان، وهو إعمال العقل الذي كرم الله به بني آدم على سائر المخلوقات، وذلك فيما يعود عليه بالنفع في الدنيا والآخرة.

٩.	الشفافية والقضاء على الحزبية والتعصب، ولعلها من ابرز صفات المفكر الناقد وهو البعد عن التعصب في إبداء الرأي حول القضايا والموضوعات، مما يؤدي بالفرد أن يكون أبلغ في تأثيره في الآخرين واكتساب محبتهم وثقتهم.

وبتلك المعاني والقيم الجميلة حول مفهوم التفكير الناقد، وبتأصيل شرعي يمكن القول بأن تعلم مهارات التفكير الناقد، أصبحت اليوم ضرورة ومن الأهمية بمكان أن لا سيما لطلابنا حتى يصبح الشاب ناقداً فاحصاً لكل ما يعترض أو يتعرض له من قنوات اتصال وما تبثه من رموز وثقافات سيئة لا يمكن حجبها أو التحذير منها على سبيل الحصر، وبحيث يصبح الشاب عضوا إيجابياً في مجتمعه ومشاركاً في إصلاح نفسه وأمته لا يركن إلى التبرير ونقل المسئوليات والتخلص منها، يقول الدكتور " الراشدي" حول هذا الموضوع إن غياب التفكير الناقد من واقع المجتمع، ولّد لدينا فكراً تبريرياً، ينسب الأخطاء إلى غيرنا، ويرى أننا في معزل عنها، فأصبح الفرد يرى أن ما تعانيه الأمة من تخلف وقصور في شتى ميادين الحياة ليس من مسئوليته، وإنما هو من مسئولية طبقة أو فئة معينة، ونسي أنه عضو في جسد الأمة، يصيبه ما أصابها، ولو سعى إلى التغيير والإصلاح من حال نفسه، والقيام بواجبه من حيث التأمل في واقع الأمة ومعرفة جوانب الخلل والقصور، ومحاولة إيجاد الحلول لانتقلنا بذلك من جانب التفكير التبريري الذي يدعو إلى الجمود والتخلف إلى التفكير الناقد الذي يبحث في الحلول والمقترحات ليختار أحسنها".

---

(٢) رواه مسلم في المسند الصحيح من حديث عبدالله بن عمر رضي الله عنهما.

ثامناً: مهارات التفكير الناقد وقياسها:

تعددت محاولات قياس التفكير الناقد تبعاً لتعدد تعريفاته والأطر النظرية المفسر له ومع تلك المحاولات تعددت تصنيفات المهارات الجزئية المكونة له وإن كانت متداخلة في كثير من تلك الجزئيات، ومن أشهر تلك التصنيفات ما يلي:

١) تصنيف "إنس" [1] لمهارات التفكير الناقد الذي جمع أكثر من عشر مهارات للتفكير الناقد مثل : التميز بين الحقائق والإدعاءات تحديد مستوى دقة العبارات، تحديد مصدر المعلومات، التعرف على الافتراضات، تحري التحيز، التعرف على المغالطات المنطقية، تحديد قوة البرهان، اتخاذ قرار بشأن الموضوع .. الخ. جمعها في ثلاث مجموعات رئيسية هي:

أ. تعريف المشكلة وتوضيحها بدقة.

ب. استدلال المعلومات

ج. حل المشكلة واستخلاص استنتاجات معقولة.

٢) تصنيف الباحثين "أودل" و"دانيلز" [1] لمهارات التفكير الناقد، حيث جمعا عدة مهارات في فئات ثلاث على النحو التالي:

أ. مهارات التفكير الاستقرائي: وتتكون من مهارات جزئية مثل تحديد العلاقة السببية، وتحليل المشكلة المفتوحة، الاستدلال التمثيلي، والتوصل إلى الاستنتاجات، وتحديد المعلومات ذات العلاقة.

ب. مهارات التفكير الاستنباطي، الذي يستهدف التوصل لاستنتاج ما، أو معرفة جديدة بالاعتماد على فروض أو مقدمات ومعلومات معروفة.

ج. مهارات التفكير التقييمي، والتي تستهدف إصدار حكم حول قيمة الأفكار أو الأشياء .

٣) نموذج " بيير" لمهارات التفكير[1] ، حيث حدد فيه مهارات التفكير الناقد وحصرها في الآتي:

أ. التمييز بين الحقائق التي يمكن إثباتها، وبين الادعاءات، أو المزاعم الذاتية.

ب. التمييز بين المعلومات والادعاءات والأسباب ذات العلاقة بالموضوع وتلك التي لا ترتبط بالموضوع .

---

(١) Ennis, R. H. . A logical basis for measuring critical thinking skills, Eductional Leadership (1985) 43(2) 44-48,

(١) رشيد النوري البكر، تنمية التفكير من خلال المنهج المدرسي، مكتبة الرشد، الرياض، ط١، ١٤١٥هـ ص: ٧٩.

ج. تحديد مصداقية مصدر المعلومات.

د. التعرف على الافتراضات غير الظاهرة، أو المتضمنة في النص.

ه. تحري التحيز أو التحامل.

و. التعرف على المغالطات المنطقية.

ز. التعرف على أو جه التناقض، أو عدم الاتساق في مسار عملية الاستدلال من المقدمات والوقائع.

ح. تحديد درجة قوة البرهان، أو الادعاء.

وهذه المهارات رغم تعددها وتنوعها إلا أنها للوصف أو الخصائص أقرب من كونها مهارات، لاسيما وأن الباحث لم يحدد طريقة إجرائية لقياسها. كما أن معظمها يندرج تحت الأقسام الرئيسية لمهارات التفكير الناقد في تصنيفات أخرى مثل : تصنيف دنس، وأودل، وواطسن وجلير.

٤) تصنيف "واطسن" و "جلير"[(١)] لمهارات التفكير الناقد، حيث طوّر بعض المقاييس السابقة وأجري عليها تعديلات واسعة حيث قسم التفكير الناقد إلي المهارات التالية:

أ- التعرف على الافتراضات: وتشير إلي القدرة على التمييز بين درجة صدق معلومات محددة، وعدم صدقها، التمييز ين الحقيقة والرأي، والغرض من المعلومات المعطاة.

ب- التفسير: ويعني القدرة على تحديد المشكلة، والتعرف على التفسيرات المنطقية، وتقرير فيما إذا كانت التعميمات، والنتائج المبنية على معلومات معينة مقبولة أم لا.

جـ- الاستنباط: ويشير إلي قدرة الفرد على تحديد بعض النتائج المترتبة على مقدمات، أو سوابق لها.

د- الاستنتاج: ويشير إلي قدرة الفرد على استخلاص نتيجة من حقائق معينة ملاحظة أو مفترضة، ويكون لديه القدرة على إدراك صحة النتيجة أو خطئها في ضوء الحقائق المعطاة.

هـ - تقويم الحجج أو المناقشات: وتعني قدرة الفرد على تقويم الفكرة، وقبولها أو رفضها، والتمييز بين المصادر الأساسية والثانوية، والحجج القوية والضعيفة، وإصدار الحكم على مدي كفاية المعلومات.

وقد قام بإعداده في صورته العربية "جابر" و"هندام"، ومن ثم قام كل من "عبد السلام" و"سليمان"[(٢)] بتقنينه على البيئة السعودية، حيث تألفت عينة التقنين من (٢٤٧٥) طالباً من الذكور

---

(١) عبدالرحمن الغامدي، التفكير الناقد في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافية، مرجع سابق، ص: ١٢٨.

(٢) Ennis, R. H. . A logical basis for measuring critical thinking skills, Eductional Leadership (1985) 43(2) , 78

من طلاب المدارس الثانوية في المنطقة الغربية. وتكّون هذا المقياس من خمسه اختبارات فرعية لقياس التفكير الناقد، حيث يتكون المقياس لكل من (٤٦) عنصراً بواقع عشرة عناصر لكل من: معرفة الافتراضات -التفسير- تقويم المناقشات – الاستنباط وستة عناصر لاختبار الاستنتاج.

وهذا المقياس لم يصمم لتكون الإجابة في زمن محدد. ويتطلب كل عنصر من عناصر الاختبار تفكيراً ناقداً، إما في المشكلات الحيادية التي تهم الناس وليس للفرد أي تحيز ضدها، وإما في الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والتي يمكن أن تؤثر على مشاعر الفرد عند الإجابة عليها. وبالتالي فإن درجة الفرد تتأثر بأي نقص في موضوعية تفكيره في تلك المسائل المعروضة. وقد صمم هذا الاختبار ليزود المفحوص بعددٍ من المشكلات والمواقف والقضايا التي تتطلب منه استخدام وتطبيق بعض القدرات، العقلية الهامة والمنطقية المضمنة في التفكير الناقد وكأداة تساعد على تنمية تلك القدرات، والتنبؤ بالنجاح الأكاديمي في بعض الموضوعات مثل: المنطق والقانون والهندسة وغيرها، ومساعدة الأفراد على فهم بعض عمليات التفكير عندهم ، ومعرفة بعض نواحي النقص والأخطاء في تفكيرهم. ونظراً لتقنين هذا المقياس على مجتمع قريب من مجتمع الدراسة ووقت قريب من وقت تطبيق الدراسة فقد أعتمد الباحث عليه في قياس مستوى مهارات التفكير الناقد لدى عينته.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

اختيار الشُعب من الجداول الدراسية :

بعد أن تم تحديد الأقسام التي وقع عليها الاختيار العشوائي ، عمد الباحث إلى الجداول الدراسية لتلك الأقسام ، ثم قام بإعطاء جميع الشعب أرقاماً معروفة وتم اختيار رقم واحد ليمثل الشعبة التي وقع عليها الاختيار من بين جميع المسارات والمستويات ، بحيث لا يقل عدد الطلاب في تلك الشعبة عن ٤٠ طالباً حتى تستوفي العدد المطلوب الذي يمثل كل تخصص وهو ٣٣ طالباً ، وفي حالة أن وقع الاختيار على شعبة تحوي عدداً أقل من هذا العدد يتم اختيار عشوائي آخر من الجدول مرة أخرى حتى يستوفى العدد الكافي .

اختيار الطلاب من داخل الشُعبة وتطبيق الدراسة عليهم :

بعد أن تم تحديد الشعبة الدراسية الممثلة للتخصص الدراسي والمستوفيه للشروط ، تم التنسيق مع أساتذة تلك المواد ومع الأقسام العلمية من قبل على موعد مناسب لتطبيق الدراسة بحيث يكون أمام الباحث وقت أطول من المحاضرة نظراً لطول مدة التطبيق (التي لا تقل عن ساعة ونصف) وقد جاء ذلك التنسيق على عدة صور كالتالي :

أ – بعض الشعب المستهدفة كانت مدة المحاضرة فيها ساعتين .

ب- بعض الشعب المستهدفة كانت عبارة عن ساعة واحدة ولم يكن بعدها ارتباط بمحاضرات أخرى .

جـ- بعض الشعب المستهدفة كانت عبارة عن ساعة واحدة محصورة بين المحاضرات ، وقد تم التنسيق مع اساتذة المحاضرات التي تلي تلك المحاضرة وقد تعاونوا مشكورين .

أما طريقة اختيار الطلاب من داخل الشعبة ، فقد تم الاستعانة بكشوف المناداة بحيث يتم اختيار الطلاب تسلسلياً بمدى قدره $\frac{\text{عدد طلاب الشعبة}}{٣٣}$

جدول رقم (٣)

يوضح التدرج في الاختيار العشوائي لطلاب جامعة الإمام محمد من التخصصات العامة إلى الكليات ثم الأقسام ثم الشعبة الدراسية

	جامعة الإمام محمد بن سعود		
١	دراسات إنسانية	علوم شرعية	علوم طبيعية
٢	كلية العلوم الاجتماعية	كلية أصول الدين	كلية العلوم
٣	قسم علم النفس		قسم الفيزياء
٤	اختيار عشوائي لشعبة واحدة من قسم علم النفس من جميع المستويات	اختيار عشوائي لشعبة واحدة من كلية أصول الدين من جميع المستويات	اختيار عشوائي لشعبة واحدة من قسم الفيزياء من جميع المستويات
٥	عدد المبحوثين من الشعبة التي وقع عليها الاختيار (٣٣ طالباً)	عدد المبحوثين من الشعبة التي وقع عليها الاختيار (٣٣ طالباً)	عدد المبحوثين من الشعبة التي وقع عليها الاختيار (٣٣ طالباً)

جدول رقم (٤)

يوضح التدرج في الاختيار العشوائي لطلاب جامعة الملك سعود من التخصصات العامة إلى الكليات ثم الأقسام ثم الشعبة الدراسية

	جامعة الملك سعود		
١	دراسات إنسانية	دراسات شرعية	علوم طبيعية
٢	كلية الآداب	كلية التربية	كلية الهندسة
٣	قسم علم الاجتماع	قسم الثقافة الإسلامية	قسم الهندسة الكهربائية
٤	اختيار عشوائي لشعبة واحدة من قسم علم الاجتماع من جميع المستويات	اختيار عشوائي لشعبة واحدة من قسم الثقافة الإسلامية جميع المستويات	اختيار عشوائي لشعبة واحدة من قسم الهندسة الكهربائية جميع المستويات
٥	عدد المبحوثين من الشعبة التي وقع عليها الاختيار (٣٣ طالباً)	عدد المبحوثين من الشعبة التي وقع عليها الاختيار (٣٣ طالباً)	عدد المبحوثين من الشعبة التي وقع عليها الاختيار (٣٣ طالباً)

الصعوبات التي واجهت الباحث عن التطبيق :

كما هو الحال في إجراء الدراسات الميدانية فإن الباحث يعترض له بعض الصعوبات التي قد تعيق التطبيق أو جودة التطبيق كما هو مخطط لها نظرياً ، إلا أن الباحث في هذه الدراسة واجه صعوبات كان أكثرها ما يرتبط بتطبيق أداة الدراسة التي اشتملت على ١٥٠ سؤالاً مركزاً خاص بمقياس مهارة التفكير الناقد حيث يتطلب الإجابة على السؤال الواحد في المتوسط مالا يقل عن ٣٠ ثانية ، بحيث يصبح الوقت اللازم للإجابة على مقياس مهارة التفكير الناقد فقط عند أسرع مبحوث مالا يقل عن ساعة كاملة .

يضاف إلى أسئلة مقياس مهارة التفكير الناقد ٥٥ سؤالاً خاص بالتعرض للبرامج الحوارية وخمسة أسئلة للبيانات الأولية ليصبح مجموع أسئلة الإستبيان ٢١٠ سؤالا ، وهذا بطبيعة الحال جعل هناك بعض الصعوبات المختلفة التي واجهه الباحث عن التطبيق ونذكر منها الآتي :

(١) صعوبة البحث عن وقت إضافي غير وقت المحاضرة الأساسية نظراً لما يتطلبه تطبيق الدراسة من وقت لا يقل عن ساعة ونصف .

(٢) صعوبة إقناع الطلاب بالمشاركة في هذه الدراسة ، نظراً لطول الأسئلة مما جعل الباحث يبحث عن مكافآت تشجيعية من أبرزها إعطاء المبحوث درجته في مقياس التفكير الناقد بعد جمع البيانات وتحليلها فيما بعد وذلك بأن يترك رقم جواله على الاستبانه .

(٣) الجهد الذي يقوم به الباحث قبيل البدء في الإجابة على أسئلة مقياس مهارة التفكير الناقد في كل مرة يطبق فيها الدراسة على الشعب حيث يأخذ شرح كل محور من محاور المقياس الخمسة شرحاً وافياً لطريقة الإجابة على تلك الأسئلة ، مما ينتج عنه كثير من المناقشات والاستفسارات التي تستنزف مزيداً من الوقت .

(٤) حدث في بداية تطبيق الدراسة على إحدى الشعب حالة إعياء لأحد المبحوثين (مصاب بالسكر) نظراً للجهد الذي قام به خلال أكثر من ساعة ونصف من التركيز المتواصل مما جعل الباحث يسأل في كل مرة يطبق فيها على المبحوثين إن كل أحد منهم يشكو من تعب أو مرض لا يطبق معه هذا التطبيق .

الأدوات:

الأدوات المستخدمة في هذه الدراسة تتمثل بشكل رئيس في أداة الاستبيان الشاملة لمتغيري الدراسة الرئيسي، إذ يمثل الجزء الأول مقاييس متغيرات التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، والآخر خاص بقياس مهارة التفكير الناقد بجميع أبعاده الخمسة، بالإضافة إلى بيانات أولية عن المبحوثين تتمثل في: العمر – الحالة الاجتماعية – التخصص الدراسي – المستوى الدراسي – المعدل التراكمي.

والمقياسان هما على النحو التالي:

أولا / مقياس التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية(إعداد الباحث)

أ/ التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة المتعلقة بهذا المقياس:

١- حجم التعرض : ويقصد به مستوى التعرض وكثافته متدرج من عدم التعرض إلى التعرض الدائم.

٢- البرامج الحوارية بعينها : ويقصد به شخصية البرنامج الحواري المعروف لدى الجمهور، وقد جاء أكثرها تكرار البرامج التالية:

برنامج تسعة وتسعين – وبرنامج ساعة حوار – وبرنامج صدى الملاعب – وبرنامج اضاءات – وبرنامج الاتجاه المعاكس- وبرنامج الجولة – وبرنامج خط الستة .

٣- مضامين البرامج الحوارية : يقصد بها نوع محتوى البرنامج من حيث كونه دينيا أو ثقافيا أو رياضيا أو سياسيا ... الخ.

٤- الاشباعات المتحققة من التعرض للبرامج الحوارية: يقصد بها ما يبحث عنه جمهور تلك البرامج لسد وإشباع بعض الحاجات (العاطفية أو المعرفية أو النفسية) من خلال ما تقدمه تلك البرامج.

٥- الآثار الناتجة من التعرض للبرامج الحوارية: يقصد بها ما يتركه البرنامج من أثر أو ردة فعل للمتلقي أثناء أو بعد التعرض للبرنامج الحواري.

٦- دوافع التعرض للبرامج الحوارية: هي المرغبات والمحببات التي تجعل الفرد يتعرض للبرنامج الحواري دون غيره من البرامج الأخرى.

٧- الاتجاهات حول البرامج الحوارية: يقصد بها آراء جمهور البرامج الحوارية وتقييمهم للبرامج الحوارية التي يتعرضون لها من حيث المضمون أو مقدم البرنامج أو اثر البرنامج على الجمهور والرأي العام.

٨- أثر التعرض المستمر لبعض البرامج الحوارية على بعض الخصائص الشخصية المرتبطة بمهارة التفكير الناقد: ويقصد به ما يتركه التعرض الكثيف للبرنامج الحواري المحبب من أثار خاصة أو مرتبطة بصفات شخصية المفكر الناقد.

ب/ محتويات المقياس:

١/ سؤال عن حجم التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية .

٢/سؤال عن التعرض للبرامج الحوارية المفضلة بعينها في القنوات الفضائية العربية

٣/ سؤال عن التعرض لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.

٤/ سؤال عن الإشباعات المتحققة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.

٥/ سؤال عن الاتجاهات (الآراء) نحو البرامج الحوارية المباشرة ومقدميها و موضوعاتها .

٦/ سؤال عن الآثار التي قد يتركها التعرض لبعض البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية .

٧ / سؤال عن تأثير التعرض للبرامج الحوارية المفضلة على بعض الصفات الشخصية المرتبطة بخصائص التفكير الناقد، ومهارة التفكير الناقد؟

ولكي يتم التأكد من صدق هذا الجزء من الاستبانة استخدم الباحث بعض مظاهر الصدق العلمية على النحو التالي:

أ/ الصدق الظاهري

وذلك للتأكد من شموله / تم التأكد من الصدق الظاهري للاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراته من ناحية ثانية .

ب/ صدق المحكمين

وذلك للتعرف على مدى صدق أداة الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه تم عرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين[1] .

---

[1] ١/ الدكتور حمزة بيت المال ،، تخصص دراسات تلفزيونية

٢/ فهد بن عبد الله الطياش ،، تخصص إذاعة وتلفزيون

ج / صدق الاتساق الداخلي للأداة

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة بالإضافة إلى صدق المحكمين قام الباحث بتطبيقها ميدانياً وعلى بيانات العينة قام الباحث بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للأستبانة حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة كما توضح ذلك الجداول التالية.

الجدول رقم (٥)

معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول (مضامين) بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
١	**٠.٥٣١	٥	**٠.٦٦٢
٢	**٠.٤٦٦	٦	**٠.٣٠٥
٣	**٠.٢٩٩	٧	**٠.٥٩٢
٤	**٠.٤٨٠	-	-

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة ٠.٠١ فأقل

الجدول رقم (٦)

معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني (إشباعات) بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
١	**٠.٤٣٣	٦	**٠.٤٨٩
٢	**٠.٣٣٦	٧	**٠.٤٩٣
٣	**٠.٤٤٢	٨	**٠.٥٧٤
٤	**٠.٤٠٩	٩	**٠.٥٠١
٥	*٠.٤١٤	-	-

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة ٠.٠١ فأقل

الجدول رقم (٧)

معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث (الأثار) بالدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
١	**٠.٥٥٤	٤	**٠.٦٤٩
٢	**٠.٥٣٧	٥	**٠.٧١٤
٣	*٠.٥٩١	٦	**٠.٦١١

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة ٠.٠١ فأقل

٣/ محمد بن علي العسيري ،، تخصص علم نفس تربوي وقياس

، وفي ضوء آرائهم قام الباحث بإعداد أداة هذه الدراسة بصورتها النهائية والملحق رقم (١) يوضح الاستبانة في صورتها النهائية.

تعليمات خاصة بالمفحوص توضح له كيفية حل الاختبار، مع العلم أن الإجابة على الاختبار غير مرتبطة بزمن معين، كما يلي:

١/ معرفة الافتراضات: وتتمثل في القدرة على فحص الوقائع والبيانات التي يتضمنها موضوع ما . بحيث يمكن أن يحكم الفرد بأن افتراضاً ما وارداً أو غير وارد تبعاً لفحصه للوقائع المعطاة.

ويتكون هذا الاختبار من عشر عبارات، يلي كلا منها ثلاثة افتراضات مقترحة، وعلى المفحوص أن يقرر على كل افتراض: هل يمكن الأخذ به حسب ما جاء في العبارة أم لا، ويعطي هذا الاختبار درجة واحدة لكل افتراض صحيح، وعليه، فإن مجموع درجات الافتراضات الصحيحة لاختبار معرفة الافتراضات يساوي (٣٠) درجة.

٢/ التفسير: ويتمثل في قدرة الفرد على استخلاص نتيجة معينة من حقائق مفترضة بدرجة معقولة من اليقين.

ويتكون هذا الاختبار من عشر عبارات أيضا، يلي كلا منها ثلاث نتائج مقترحة، وعلى المفحوص أن يعتبر أن العبارة صادقة، وأن يحكم على كل نتيجة: هل هي مترتبة على المعلومات الواردة في العبارة أم لا، ويعطي هذا الاختبار درجة واحدة لكل نتيجة صحيحة، وعليه، فإن مجموع درجات النتائج لاختبار التفسير يساوي (٣٠) درجة.

٣/ تقويم المناقشات: تتمثل في قدرة الفرد على إدراك الجوانب المهمة التي تتصل اتصالا مباشراً بقضية ما، ويمكن تمييز نواحي القوة أو الضعف فيها.

ويتكون هذا الاختبار من عشرة أسئلة، يلي كلا منها ثلاث إجابات مقترحة، وعلى المفحوص أن يحكم على كل إجابة: هل هي قوية تتصل مباشرة بالسؤال أم ضعيفة لا تتصل مباشرة بالسؤال، ويعطي هذا الاختبار درجة واحدة لكل إجابة صحيحة، وعليه، فإن مجموع درجات الإجابات الصحيحة لاختبار تقويم المناقشات يساوي (٣٠) درجة.

٤/ الاستنباط: وتتمثل في قدرة الفرد على معرفة العلاقات بين وقائع معينة تعطى له، بحيث يمكن أن يحكم في ضوء هذه المعرفة ما إذا كانت نتيجة ما مشتقة تماماً من هذه الوقائع أم لا، بغض النظر عن صحة الوقائع المعطاة أو موقف الفرد منها.

ويتكون هذا الاختبار من عشر فقرات، وتتكون كل فقرة من عبارتين، يلي كل فقرة ثلاث نتائج مقترحة، وعلى المفحوص أن يعتبر العبارتين صحيحتين حتى لو كانت إحداهما أو كانتا معاً ضد رأيه،

ويستنبط على ضوء ما جاء في العبارتين: هل كانت النتيجة مشتقة من العبارتين أم لا، ويعطي هذا الاختبار درجة واحدة لكل نتيجة (إجابة) صحيحة.وعليه، فيكون مجموع درجات النتائج (الإجابات) الصحيحة لاختيار الاستنباط (٣٠) درجة.

٥/ الاستنتاج: يتمثل في قدرة الفرد على التمييز بين درجات احتمال صحة أو خطأ نتيجة ما تبعاً لدرجة ارتباطها بوقائع معينة تعطى له.

ويتكون هذا الاختبار من ست عبارات، تشتمل كل عبارة على بعض الوقائع، وعلى المفحوص أن يعتبرها صحيحة، ويلي كل عبارة خمسة استنتاجات، وعلى المفحوص أن يختبر كل استنتاج على حدة ويقدر درجته من الصواب والخطأ، فيما إذا كان: صادقا تماما، أو محتمل صدقه، أو بياناته ناقصة، يعني: عدم توفر الأدلة الكافية في العبارة؛ تجعله يرجح إحدى درجات الصواب أو الخطأ أو محتمل خطؤه أو خاطئ تماما ، ويعطي هذا الاختبار درجة واحدة لكل استنتاج صحيح، وعليه، فإن مجموع درجات الاستنتاجات الصحيحة (٣٠) درجة[1].

وقد قام الباحث بعد جمع البيانات بتصنيف مستويات التفكير الناقد على المقياس (من صفر إلى ١٥٠) بطريقة حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمستوى العام للتفكير الناقد عند طلاب الجامعة(عينة الدراسة) ، بحث يكون المبحوثين على ثلاث مستويات :

ما دون المتوسط مستوى منخفض للتفكير الناقد، وما بعد المتوسط مستوى عالي للتفكير الناقد، وماكان في مدى المتوسط مستوى متوسط للتفكير الناقد، ويعد هذا التقسيم الطريقة العلمية المثلى التي تناسب طبيعة قياس متغير كالتفكير (النسبي) الذي يختلف من بيئة لأخرى ، والجدول التالي يوضح هذا التقسيم :

١- فاروق عبد السلام ، اختبار التفكير الناقد ، مرجع سابق ، ص ٨ .

جدول (١١ ب)

تصنيف مستويات التفكير الناقد على المقياس للعينة

الوزن	مستوى التفكير الناقد	التكرار	المتوسط
٧٣ فأقل	منخفض	٣٥	١٧.٧
٧٤ – ٩٨	متوسط	١٢٨	٦٤.٦
أكثر من ٩٨	عالي	٣٥	١٧.٧

البيانات الأولية لعينة الدراسة

جدول رقم (١٢)

فئات العمر

العمر	التكرار	النسبة (%)
٢٠ سنة فأقل	٨١	٤٠,٩
٢١ – ٢٢ سنة	٨٧	٤٣,٩
٢٣ سنة فأكثر	٣٠	١٥,٢
الإجمالي	١٩٨	١٠٠,٠

قسمت فئات الأعمار كما في الجدول رقم (١٢) إلى ثلاث فئات تغطي الفئة العمرية للشباب في مرحلته الجامعية، وكانت النسبة الأكثر للفئة العمرية من ٢١-٢٢سنة بنسبة بلغت ٤٣.٩% ففئة ٢٠ سنة وأقل بفارق بسيط بنسبة بلغت ٤٠.٩% ثم فئة ٢٣ سنة فأكثر بنسبة تقل بكثير عن الفئتين السابقتين بنسبة ١٥.٢%.

جدول رقم (١٣)

الجامعة

الجامعة	التكرار	النسبة (%)
جامعة الإمام محمد بن سعود	٩٩	٥٠,٠
جامعة الملك سعود	٩٩	٥٠,٠
الإجمالي	١٩٨	١٠٠,٠

وبالنسبة للجامعة التي ينتمي إليها أفراد عينة البحث، فكانت مقسمة بالتساوي بين الجامعتين (الإمام محمد بن سعود، والملك سعود) ٩٩ طالباً من كل جامعة وهو من التقسيمات الأساسية التي وزعت العينة عليه كما يبدو في الجدول رقم (١٣).

جدول رقم (١٤)

الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة (%)
غير متزوج	١٩٣	٩٧,٥
متزوج	٥	٢,٥
الإجمالي	١٩٨	١٠٠,٠

وبالنسبة للحالة الاجتماعية لأفراد العينة فكانت نسبة معظم أفراد العينة من فئة غير المتزوجين ٩٧.٥%، مقابل فقط ٢.٥% متزوجين.

جدول رقم (١٥)

التخصص

التخصص	التكرار	النسبة (%)
دراسات إنسانية	٦٦	٣٣,٣٣
دراسات شرعية	٦٦	٣٣,٣٣
علوم طبيعية	٦٦	٣٣,٣٣
الإجمالي	١٩٨	١٠٠,٠

أما ما يتعلق بالتخصص العام لأفراد العينة في الجامعة كما يتضح من الجدول رقم (١٥) فكانت موزعة بين التخصصات الرئيسية بالتساوي بنسبة بلغت ٣٣.٣٣% .

جدول رقم (١٦)

المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة (%)
الأول أو الثاني	٧٨	٣٩,٤
الثالث أو الرابع	٨٤	٤٢,٤
الخامس أو السادس	٢٨	١٤,١
السابع أو الثامن	٨	٤,٠
الإجمالي	١٩٨	١٠٠,٠

كما وزعت المستويات الدراسية بين أفراد العينة على أربع فئات كما يتضح من الجدول رقم (١٦) وكانت النسبة الأكبر للمستوى الدراسي الثالث والرابع بنسبة بلغت ٤٢.٤% فالمستوى الأول والثاني بنسبة مقاربة بلغت ٣٩.٤% ثم المستوى الخامس والسادس بفارق كبير بلغت نسبته ١٤.١% وأخيراً جاءت نسبة المستوى السابع والثامن كأقل نسبة بلغت فقط ٤%، وقد كان للاختيار العشوائي للعينة على مستوى الشعب الدراسية دور في هذا التوزيع[1] .

جدول رقم (١٧)

المعدل التراكمي:

المعدل التراكمي	التكرار	النسبة (%)
من ٤ – ٥	٣٧	١٨,٧
من ٣ – أقل من ٤	٩١	٤٦,٠
من ٢ – أقل من ٣	٥٥	٢٧,٨
أقل من ٢	١٥	٧,٦
الإجمالي	١٩٨	١٠٠,٠

1 أنظر: إجراءات الدراسة / طريقة اختيار العينة .

وبالنسبة للمعدل التراكمي فقد وزع إلى أربع مستويات كما يتضح من الجدول رقم (١٧) وجاءت مستويات أفراد العينة متفاوتة حيث مثل ما نسبته ٤٦% الذين حصلوا على معدل تراكمي من ٣ إلى ٤ كأكبر نسبة تلي ذلك الذين حصلوا على معدل تراكمي من ٢-٣ بفارق متوسط بلغت نسبته ٢٧.٨% ، ثم الذين حصلوا على معدل تراكمي من ٤-٥ بنسبة بلغت ١٨.٧% ، وجاء أفراد العينة من الذين حصلوا على معدل ٢ فأقل كأقل نسبة حيث بلغت ٧.٦% وبذلك يتضح أن معظم أفراد العينة ذوو معدل تراكمي متوسط.

المبحث الأول

نتائج الدراسة المرتبطة بالتعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

أ- التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية (كثافة التعرض).

جدول رقم (١٨)

مدى التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية (كثافة التعرض):

	التكرار	النسبة (%)
أبداً	١	٠,٥
نادراً	٣٣	١٦,٧
أحياناً	١٣٣	٦٧,٢
دائماً	٣١.	١٥,٧
الإجمالي	١٩٨	١٠٠,٠

عرض النتيجة:

يتعرض الشباب من طلاب الجامعة للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية أحياناً بنسبة بلغت ٦٧.٢% كأعلى نسبة، في حين جاء التعرض لها نادراً ودائماً بنسب متقاربة على التوالي ١٦.٧% ، ١٥.٧%، أما العزوف عنها مطلقاً فكانت نسبة ضئيلة جداً لا تذكر وهو فرد من أفراد العينة.

مناقشة النتائج:

معظم أفراد العينة كما يظهر في الجدول رقم (٢٤) يتعرضون أحيانا للبرامج الحوارية، حيث بلغت نسبتهم ٦٧%، كما أن جميع المبحوثين يتعرضون للبرامج الحوارية - دائما أو أحيانا أو نادراً- عدا مبحوث واحد ذكر بأنه لا يتعرض أبدا للبرامج الحوارية. وتتفق هذه النتيجة مع عدد من الدراسات، حيث أظهرت النتائج في دراسة " الشدوخي"[1] على عينة مشابهة لعينة الدراسة أن ما نسبته ٦٤% يتعرضون للبرامج الحوارية أحيانا، وأن أكثر من ٨٢% يشاهدون البرامج الحوارية بشكل عام، كما أفادت نتائج دراسة أخرى[2] أن ما نسبته ٦٩% يتعرضون أحيانا للبرامج الحوارية من قبل فئة الشباب، وأن الذين لا يشاهدونها نسبتهم قليلة جدا، وتتسق تلك النتائج إجمالا مع كثافة

1 طارق الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، مرجع سابق، ص: ٢٦٣

2 إيمان دوابه، دور البرامج الحوارية في ترتيب أولويات قضايا الطفولة، مرجع سابق، ص: ٣٥.

التعرض للتلفزيون كوسيلة، حيث أوضحت دراسة (الرفاعي)[1] أن الشباب السعودي يتعرضون للتلفزيون بمعدلات أعلى من كل الوسائل .على اعتبار أن التلفزيون وسيلة للتسلية والترفيه أكثر من غيره، والبرامج الحوارية تعد من أبرز البرامج التي ملأت كثيراً من أوقات البث الفضائي العربي مؤخرا، وتميزت عن باقي البرامج الأخرى كونها تسهم في تشكيل الفكر العام لكثير من القضايا التي تهم الرأي العام، أو أحد شرائحه، كما أنها تقدم شخصيات هامة أو محببة للجمهور على موائد الحوار المكشوف.

ب/ التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية كما يعرفها المبحوثون.

جدول رقم (١٩)

أفضل البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية لدى المبحوثين في اختياراتهم الأربعة على التوالي.

م	البرنامج	كاختيار أول		كاختيار ثاني		كاختيار ثالث		كاختيار رابع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	تسعة وتسعين	٥٣	٢٦.٨	١٨	٩.١	٢٢	١١.١	٨	٤
٢	ساعة حوار	١٥	٧.٦	١٦	٨.١	٩	٤.٥	٦	٣
٣	صدى الملاعب	١٤	٧.١	١٤	٧.١	٨	٤	٥	٢.٥
٤	اضاءات، والاتجاه المعاكس	١٠	٥.١	٨	٤	٤	٢	٤	٢
٥	الجولة، وخط الستة	٨	٤	٤	٢	٣	١.٥	٣	١.٥
٦	أخرى بنسب أقل من ٤%	الرأي والرأي الآخر- المجلس- حول الدائرة- صباح الخير يا عرب- في المرمى- كل الرياضة- مساء الرياضة- وجها لوجه الدليل القاطع – الدكتور فيل- مثير للجدل							

1 عبد الله الرفاعي، اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية والوطنية، مرجع سابق، ص ص ٣٤-٣٥

عرض النتائج:

يوضح الجدول رقم (٢٥) أفضل خمس برامج حوارية في القنوات الفضائية العربية متابعة لدى المبحوثين وقد أثر تعدد تلك البرامج وتنوعها على تشتت النسب بحيث أصبحت قليلة ومتفاوتة حيث بلغ عدد البرامج الحوارية التي يتعرض لها المبحوثون في القنوات الفضائية العربية ، أكثر من ٤٥ برنامج حواري ، وجاءت أفضل خمس برامج حوارية في الاختيارات الأربع على النحو التالي:

في الاختيار الأول:

جاء تفضيل برنامج "تسعة وتسعين" أولاً بنسبة بلغت ٢٦.٨%، ثم بفارق كبير جاء برنامج "ساعة حوار" بنسبة ٧.٦%، ف "برنامج صدى الملاعب "بنسبة ٧.١% ثالثاً "إضاءات"" والاتجاه المعاكس" بنسبة متساوية بلغت ٥.١% ثم برنامجي" الجولة"" وخط الستة "بنسب متساوية بلغت ٤% ، وباقي النسب جاءت -أقل من ذلك- متفرقة لبرامج أخرى .

في الاختيار الثاني :

جاء كذلك برنامج "تسعة وتسعين" بنسبة ٩.١ % أولاً، ثم برنامج صدى الملاعب ثانيا بنسبة قريبة بلغة٨.١%، وثالثا برنامج اضاءات بنسبة ٧.١%، ثم برنامج مساء الرياضة رابعا بنسبة ٤%،وجاء برنامج وجها لوجه خامسا بنسبة ٢%.

في الاختيار الثالث:

جاء أيضا برنامج "تسعة وتسعين" أولا كاختيار ثالث للمبحوثين بنسبة بلغت ١١.١%، ثم برنامجي "صدى الملاعب ""واضاءات". ثانيا بنسبة ٤.٥%، "فالاتجاه المعاكس "بنسبة ٤%، ثم برنامج "مساء الرياضة "بنسبة ٢%، فبرنامج في المرمى بنسبة ١.٥ .

في الاختيار الرابع:

جاء ترتيب تفضيل البرامج الحوارية للمبحوثين كاختيار رابع :أولا برنامج "تسعة وتسعين" بنسبة ٤%،ثم برنامج" صدى الملاعب "بنسبة ٣%، ثم برنامج" اضاءات" بنسبة ٢.٥%، فبرنامج "ساعة حوار"" والاتجاه المعاكس "بنسبة أقل.

كما ذكر المبحوثون برامج حوارية أخرى يتعرضون لها ،ولكنها كانت بنسب أقل من ٤٥% وأكثر من ١% وهي كما يلي: "الرأي والرأي الآخر"- المجلس- حول الدائرة- صباح الخير يا عرب- في المرمى- كل الرياضة- مساء الرياضة- وجها لوجه- الدليل القاطع – الدكتور فيل- مثير للجدل .وقام الباحث بدراسة وتحليل الخمس برامج الأولى حسب النسب وهي ما كان أكثر من ٤%.

مناقشة النتائج:

جاءت جميع تفضيلات الشباب للبرامج الحوارية من حيث شخصيتها التي يعرفونها بنفس الترتيب في الاختيارات الأربع، مع وجود فارق في نسب كل اختيار، وبالنظر لأول برنامج " تسعة وتسعين" حصل على نسبة تعرض عالية بلغت ٢٦.٨ مقارنة بباقي البرامج .ونجد أن هذا البرنامج اكتسب شعبية كبيرة خاصة في أوساط الشباب ،وذلك لما يتميز به من طرح موضوعات اجتماعية وشبابية- من وجهة نظر أمنية -بأساليب مثيرة مع ما يقدمه البرنامج من تقارير وضيوف بشكل يضفي على البرنامج التشويق والإثارة، وبالنظر إلى محتوى البرنامج نجد أنه لا يعتمد على الحوار كمادة أساسية ،وإنما على مثيرات أخرى اختفى معها الحوار كمادة في البرنامج. وتذكر بعض الدراسات أن الإثارة في البرامج الحوارية التلفزيونية تعد من أهم أساليب جذب الجمهور خاصة في التلفزيونات التجارية.

بعد ذلك وبفارق كبير جاء برنامجا" ساعة حوار" و"صدى الملاعب" بنسب تعرض متقاربة بلغت ٧.٦% / ٧.١%، بالنسبة لبرنامج" ساعة حوار"؛ هو برنامج حواري فكري يهتم بالقضايا الإسلامية والثقافية الجادة ولذا فإن جمهور هذا البرنامج هم في الغالب من ذوي مستوى التدين المرتفع أو فوق المتوسط[1] ، أما برنامج "صدى الملاعب "فهو برنامج رياضي شبابي يقدم بطريقة الحوار المباشر مع ضيف/ محلل في الاستديو، بالإضافة إلى استقبال رسائل المشاهدين من خلال الفيس بك والإيميل، ولذا فإنه يعد من ابرز البرامج التي تحظى بشعبية كبيرة في أوساط الشباب الرياضي، خاصة في المملكة. بعد ذلك جاء برنامجا "إضاءات"" والاتجاه المعاكس" في المرتبة الرابعة .وعلى الرغم من تساويهما في نسبة التعرض إلا أن البرنامجين يختلفان من عدة وجوه من أبرزها: اختلاف توجه القناتين التي تبث البرنامج. حيث يبث برنامج "اضاءات" من قناة العربية، و"الاتجاه المعاكس" من قناة

---

1 هناك علاقة طردية بين مستوى التدين والتعرض للبرامج ذات الطابع الديني، أنظر: دراسة عبد الله الحسين، العلاقة بين مستوى التدين واستخدام وسائل الإعلام ، مرجع سابق. ص ٤ .

الجزيرة، كذلك يختلف البرنامجان عن بعض، فيما يتعلق بنوع البث، ف"الاتجاه المعاكس" برنامج يبث مباشرة للجمهور، أما برنامج "اضاءات "فهو برنامج غير مباشر، كما يتخذ برنامج "الاتجاه المعاكس" أسلوب الإثارة السياسية ،وصراع الشخصيات الذي يعد من ابرز عوامل نجاح مثل هذه البرامج الحوارية لما تضفيه على البرنامج من حيوية وتلقائية تجذب الجمهور إلى البرنامج وثير انتباهه تجاه القضية المطروحة كما تصفه بعض الدراسات١، أما برنامج اضاءات فغالبا ما يستخدم أسلوب إثارة بعض القضايا الدينية على مستوى الشخصية التي يستضيفها، وخصائص جمهور كلا البرنامجي قد تتشابه إلى حد كبير لما يحويانه من إثارة مما يعني اختيار البرنامجين معا عند سؤال المبحوثين عن التعرض للبرامج الحوارية.

بعد ذلك جاء في المرتبة السادسة التعرض لبرنامجي الجولة وخط الستة وهما برنامجان رياضيان جمهورهما من فئة الشباب الرياضي، إلا أن برنامج" صدى الملاعب "الذي يعد من نفس الفئة تفوق عليهما من حيث كمية التعرض كما يتضح من النتيجة.

1) Susan L. Breson, et al. "talk shows representations of interpersonal conflicts"(**Duplicate Reference**)., p. 25.

ج/ التعرض لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

جدول رقم (٢٠)

التعرض لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

الرقم	نوع المضمون		احرص بشدة	أحرص إلى حد ما	لست حريصاً على مشاهدتها	لا أتابعها إطلاقاً	بدون إجابة	الإجمالي
١	البرامج الحوارية الثقافية	التكرار	٢٠	٩١	٧٢	٨	٧	١٩٨
		النسبة(%)	١٠,١%	٤٦,٠%	٣٦,٤%	٤,٠%	٣,٥%	١٠٠%
٢	البرامج الحوارية الدينية	التكرار	٣٦	١٠٠	٥٧	٢	٣	١٩٨
		النسبة(%)	١٨,٢%	٥٠,٥%	٢٨,٨%	١,٠%	١,٥%	١٠٠%
٣	البرامج الحوارية الرياضية	التكرار	٧٧	٥٨	٣٢	٢٥	٦	١٩٨
		النسبة(%)	٣٨,٩%	٢٩,٣%	١٦,٢%	١٢,٦%	٣,٠%	١٠٠%
٤	البرامج الحوارية السياسية	التكرار	١٦	٥٧	٨٠	٣٥	١٠	١٩٨
		النسبة(%)	٨,١%	٢٨,٨%	٤٠,٤%	١٧,٧%	٥,١%	١٠٠%
٥	البرامج الحوارية العلمية والطبية	التكرار	٢٥	٦٣	٥٨	٤٣	٩	١٩٨
		النسبة(%)	١٢,٦%	٣١,٨%	٢٩,٣%	٢١,٧%	٤,٥%	١٠٠%
٦	البرامج الحوارية الفنية والغنائية	التكرار	١٩	٦٥	٦٣	٤٢	٩	١٩٨
		النسبة(%)	٩,٦%	٣٢,٨%	٣١,٨%	٢١,٢%	٢١,٢%	١٠٠%
٧	البرامج الحوارية الاقتصادية	التكرار	١٥	٤٧	٧٥	٥٥	٦	١٩٨
		النسبة(%)	٧,٦%	٢٣,٧%	٣٧,٩%	٢٧,٨%	٣,٠%	١٠٠%
٨	أخرى اذكرها	التكرار	١٦	٤	-	-	١٧٨	١٩٨
		النسبة(%)	٨.١%	٢.٠%	-	-	٨٩,٩%	١٠٠%

عرض النتائج:

فيما يتعلق بالتعرض لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، جاءت مختلفة باختلاف تلك المضامين حيث شكلت أعلى نسبة تعرض عن الحقل "أحرص بشدة" عند المضمون الرياضي حيث بلغت ٣٨.٩% ثم تلاها بفارق النصف تقريباً المضمون الديني بنسبة بلغت ١٨.٢%، ثم المضمون العلمي والطبي، فالثقافي بنسب متقاربة، ثم المضمون الغنائي والفني، أما عند الحقل "أحرص إلى حد ما" فكانت حسب الترتيب التالي: المضمون الديني، ثم الثقافي ثم الفني والغنائي فالعلمي والطبي، وعند الحقل "لست حريصا على مشاهدتها" جاء المضمون السياسي أولاً ،ثم الاقتصادي ثانياً ثم الثقافي ثالثاً، وفيما يتعلق بعدم المشاهدة إطلاقاً جاء المضمون الاقتصادي أولاً بنسبة ٢٧.٨%، تلاها المضامين العلمية والغنائية بنسب متقاربة ٢١% ثم جاءت المضامين السياسية ثالثاً بنسبة ١٧.٧%.

مناقشة النتائج:

بالنظر لأكثر مضمون يتعرض له الشباب، (المضامين الرياضية) نجد أن طبيعة تلك المضامين تتفق واهتمامات كثير من الشباب الجامعي لما يجدون فيها من الإثارة ومتابعة الأحداث الرياضية وتحليها بحيث يحصلون من خلالها على مادة جيدة للحوار الشخصي فيما بينهم، وتتفق هذه النتيجة مع بعض الدراسات على فئة الشباب، ففي دراسة (العوفي)[1] عن دوافع التعرض للقنوات الفضائية، أظهرت النتائج لديه أن المضمون الرياضي كان أكثر أشكال البرامج التلفزيونية مشاهدة في أوساط الشباب الجامعي، كما تتفق مع دراسة (الشهراني)[2] حول اتجاهات طلاب الجامعة نحو البرامج الحوارية المباشرة، حيث كانت أكثر المضامين تعرض بالنسبة لهم البرامج الحوارية الرياضية.

أما بالنسبة للمضمون الديني الذي جاء ثانيا وبفارق كبير -النصف تقريبا-، هذا بالنسبة لاختيارهم عند الحقل (احرص بشدة) وقد يعود لنسبة الذين مستوى تدينهم فوق المتوسط، حيث أظهرت بعض الدراسات[3] أن الذين لديهم مستوى تدين فوق المتوسط يتعرضون للمضامين الدينية أكثر من غيرهم، فضلا كون هذه البرامج الحوارية الدينية تعد مصدرا جيدا للحصول على المعلومات

---

1 عباد اللطيف العوفي، دوافع التعرض للقنوات الفضائية، مرجع سابق، ص: ٢٩

2 علي الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة، مرجع سابق، ص: ز

3 عبد الله الحسين، العلاقة بين مستوى التدين واستخدام وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص: ١٧٠

الدينية بدون عناء، أما عند حقل التعرض (إلى حد ما) فقد جاءت المضامين الدينية أولا، وقد جاء في دراسة (العتيبي)[1] ما يتفق مع هذه المراتب المتقدمة لتعرض الشباب لتلك المضامين حيث احتل المضمون الديني المركز الثاني، من حيث تعرض الشباب السعودي على عينة دراسته، كما أظهرت نتائج دراسة (الغامدي)[2] عن تعرض الجمهور السعودي للقنوات الفضائية أن المضمون الديني احتل المركز الثاني من حيث التعرض للمضامين عموما.

بعد ذلك جاءت المضامين العلمية والطبية والثقافية ، قبل الغنائية أو الفنية التي احتلت آخر مرتبتين، وقد يعود ذلك لطبيعة خصائص عينة الدراسة حيث يمثل ثلثيها طلاب الدراسات الشرعية والعلوم الطبيعية، بينما يمثل طلاب التخصصات الإنسانية الثلث فقط . ويدعم هذا التفسير فيما يتعلق بطبيعة خصائص العينة ما جاء في دراسة (عبد الجليل)[3] حول علاقة تعرض طلاب جامعة الكويت للقنوات الفضائية، حيث جاء المضمون الغنائي والفني أولا بنسبة ٩٥%، ثم المضامين الرياضية ، ثم الأفلام ثانيا ، والمضامين الرياضية ثالثا.

وفيما يتعلق بالتعرض للمضامين الحوارية السياسية التي جاءت أولا عند حقل (لست حريصا على مشاهدتها) وهو ما يعكس عدم اهتمام الطلاب بالقضايا والموضوعات السياسية عموما. ويدعم ذلك رأي طلاب الجامعات السعودية في البرامج الحوارية السياسية في دراسة (الفردي)[4] حيث وصفوها بأنها لا تساعدهم على التعرف بشكل أعمق على الشخصيات السياسية، كما لا تعكس وجهات نظر الحكومات العربية، بالإضافة إلى وقت عرض أغلب تلك البرامج في وقت السهرة الذي يفضلون فيها التعرض للبرامج المنوعة والترفيهية.

---

1 على سعد العتيبي، استخدام الجمهور للقنوات الفضائية واشباعاتها، مرجع سابق، ص: و-ز

2 ناصر الغامدي، تعرض الجمهور السعودي للبرامج الصحية في القنوات الفضائية، مرجع سابق، ص: ٧٤

3 عبد الجليل، علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات الفضائية، مرجع سابق، ص ص ١٧٥-١٧٧.

4 عبد الله الفردي، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية والوعي السياسي، مرجع سابق، ص: ٢٠٥

د/ دوافع التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

جدول رقم (٢١)

دوافع التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

الرقم	الدافع		بشكل كبير جداً	بشكل كبير	إلى حدٍ ما	ليس له تأثير على دوافعي	بدون إجابة	الإجمالي
١	طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة	التكرار	٩٨	٦٤	٣١	٣	٢	١٩٨
		النسبة(%)	٤٩,٥	٣٢,٣	١٥,٧	١,٥	١,٠	%١٠٠
٢	أسلوب تقديم البرنامج وطريقة إدارة الحوار	التكرار	٩٧	٦٤	٢٨	٥	٤	١٩٨
		النسبة(%)	٤٩,٠	٣٢,٣	١٤,١	٢,٥	٢,٠	%١٠٠
٣	التصوير والديكور والإخراج	التكرار	٢٨	٤٢	٩١	٣٤	٣	١٩٨
		النسبة(%)	١٤,١	٢١,٢	٤٦,٠	١٧,٢	١,٥	%١٠٠
٤	الشخصيات المشاركة (ضيوف البرنامج)	التكرار	١٢٣	٤٦	٢٠	٦	٣	١٩٨
		النسبة(%)	٦٢,١	٢٣,٢	١٠,١	٣,٠	١,٥	%١٠٠
٥	مشاركات ومداخلات المشاهدين للبرنامج	التكرار	٣٧	٧٠	٧٤	١٣	٤	١٩٨
		النسبة(%)	١٨,٧	٣٥,٤	٣٧,٤	٦,٦	٢,٠	%١٠٠
٦	وقت عرض البرنامج	التكرار	٨٠	٥٤	٤٥	١٧	٢	١٩٨
		النسبة(%)	٤٠,٤	٢٧,٣	٢٢,٧	٨,٦	١,٠	%١٠٠
٧	مساحة حرية الرأي في البرنامج	التكرار	٧١	٦٢	٤٤	١٥	٦	١٩٨
		النسبة(%)	٣٥,٩	٣١,٣	٢٢,٢	٧,٦	٣,٠	%١٠٠
٨	القناة التي تبث البرنامج	التكرار	٥٩	٤٤	٦٤	٢٣	٨	١٩٨
		النسبة(%)	٢٩,٨	٢٢,٢	٣٢,٣	١١,٦	٤,٠	%١٠٠

عرض النتيجة :

يوضح الجدول رقم (١٢) دوافع التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، وكانت الشخصيات المشاركة أو ضيوف البرنامج أكثر دوافع التعرض بشكل كبير جداً لدى أفراد العينة حيث بلغت نسبتهم ٦٢.١%، يلي ذلك الدافع بشكل كبير جداً دافع طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة بنسبة ٤٩.٥%، وبنسبة ٣٢.٣% عند بشكل كبير ويأتي دافع أسلوب تقدم البرنامج

وطريقة إدارة الحوار ثالثاً حيث نسبتهم ٤٩% عند بشكل كبير جداً، و ٣٢.٣% عند بشكل كبير، وجاء دافع وقت عرض البرنامج رابعاً بنسبة ٤٠.٤% بشكل كبير جداً، و ٢٧.٣% بشكل كبير، وأخيراً جاء دافعي مساحة حرية الرأي في البرنامج، والقناة التي تبث البرنامج على التوالي:

كما يتضح من الجدول رقم (١٢) أن دافع التصوير والديكور والإخراج سجل أعلى نسبة عند ليس له تأثير على دوافعي للتعرض للبرنامج الحواري حيث بلغت ١٧.٢% ثم جاءت القناة التي تبث البرنامج ثانياً بنسبة بلغت ١١.٦%.

مناقشة النتيجة:

تمثل الشخصيات المشاركة التي تستضيفها البرامج الحوارية ابرز دوافع أو(المرغبات) للتعرض لها . حيث يتوقع الجمهور أن يثري هذا الضيف أو الشخصية معلوماتهم حول القضايا المطروحة، لا سيما لو كان متخصصا فيها على المستوى العلمي أو الإداري، كما هو معروف في معظم تلك البرامج، وقد أشارت احد الدراسات العربية حول مكانة البرامج الحوارية بين المواد التلفزيونية[1]، حيث أفاد المبحوثون أن تلك البرامج أسهمت في التصدي لكثير من القضايا الاجتماعية التي تهم الرأي العام ،من خلال حصولهم على المعلومات من الشخصيات التي تستضيفها تلك البرامج. ثم بعد ذلك جاءت طبيعة القضايا المطروحة، وطبيعة القضايا المطروحة تحدد أهمية البرنامج الحواري ولذا تعمد كثير من تلك البرامج لطرح قضايا تهم الرأي العام وتكون حديث الساعة أيضا. فعلى سبيل المثال -على مستوى المضمون الطبي للبرامج الحوارية- قد يتجه الجمهور لبرنامج حواري يطرح قضية عن كيفية التصدي لأحد الأمراض المعدية الحديثة في المجتمع أكثر من برنامج يتناول الوقاية من تسوس الأسنان. وقد أوضحت احد الدراسات العربية حول التعرض للبرامج الحوارية[2] بهذا الصدد أن ما نسبته ٨٥.٦% من إجمالي القضايا المطروحة في تلك البرامج هي قضايا ومشكلات حالية يعيشها المجتمع.

وفيما يتعلق بما جاء ثالث دوافع التعرض للبرامج الحوارية(تقديم البرنامج وطريقة إدارة الحوار) فمن المعلوم أن كثير من البرامج الحوارية اكتسبت شهرتها من خلال شخصية مقدميها، فقد ذكرت

---

1 اتحاد الإذاعة والتلفزيون، جمهورية مصر العربية، مرجع سابق، ص: ٥٣.

2 محمد محمد مهني، القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري، مرجع سابق، ص: ٦٣

دراسات كثيرة حول التعرض للبرامج الحوارية عن أهمية ودور مقدمي البرامج الحوارية وشخصيتهم في نجاحها [1]، ويأتي وقت عرض البرنامج رابع تلك الدوافع ووقت عرض البرنامج من العوامل المهمة ايضا في حجم تعرض الجمهور عموما للبرامج التلفزيونية حيث يتجه كثير من الجمهور للتلفزيون كأداة للتسلية والترفيه في وقت الفراغ وقليل من البرامج التي تفرض نفسها ضمن أولويات جمهورها.

وفيما يتعلق بالإخراج والتصوير أو الديكور الذي جاء أولا على أنه ليس له تأثير على دوافع التعرض فهذا يتعلق بالنظرة الجمالية الناقدة للبرنامج والتي قليل من يتذوقها يضاف على ذلك تطور تقنيات الإخراج والديكور الذي جعل الفوارق بسيطة بين البرامج الحوارية عموما، وعن دور القناة التي تبث البرنامج والتي جاءت ثانيا على أنها ليس لها تأثير على دوافع التعرض لدى المبحوثين ، فهذا قد يرجع إلى تقارب مستويات القنوات الفضائية في حرية الرأي والتعبير والعوامل الفنية لاسيما في القنوات الخاصة.

---

1 انظر: مقدمي البرامج الحوارية وأسلوب تقديمها في الدراسات العربية، المطلب الثاني من المبحث الأول في هذه الدراسة.

هـ/ الإشباعات المتحققة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٢٢)

الإشباعات المتحققة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

الرقم	نوع الإشباع		موافق جداً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق جداً	بدون إجابة	الإجمالي
١	تشبع لدي الحاجة لمناقشة الآخرين حول القضايا المطروحة	التكرار	٥٣	٩٤	٣٩	٩	٢	١	١٩٨
		النسبة(%)	٢٦,٨	٤٧,٥	١٩,٧	٤,٥	١,٠	٠,٥	١٠٠%
٢	الحاجة لتقييم الواقع ومجريات الأحداث	التكرار	٤٨	٩٧	٤٦	٣	-	٤	١٩٨
		النسبة(%)	٢٤,٢	٤٩,٠	٢٣,٢	١,٥	-	٢,٠	١٠٠%
٣	لقضاء وقت الفراغ	التكرار	٦٣	٦٥	٢٣	٣٦	٩	٢	١٩٨
		النسبة(%)	٣١,٨	٣٢,٨	١١,٦	١٨,٢	٤,٥	١,٠	١٠٠%
٤	معرفة وجهات النظر المختلفة	التكرار	٧١	١٠٢	١١	٦	٢	٦	١٩٨
		النسبة(%)	٣٥,٩	٥١,٥	٥,٦	٣,٠	١,٠	٣,٠	١٠٠%
٥	معرفة آراء بعض الجمهور من المشاركين أو المتصلين	التكرار	٧١	٩٥	١٣	١٦	٢	١	١٩٨
		النسبة(%)	٣٥,٩	٤٨,٠	٦,٦	٥٨,١	١,٠	٠,٥	١٠٠%
٦	البحث عن الإثارة والتشويق	التكرار	٩٧	٦٣	٢١	١٣	٤	-	١٩٨
		النسبة(%)	٤٩,٠	٣١,٨	١٠,٦	٦,٦	٢,٠	-	١٠٠%
٧	للحصول على معلومات ومعارف جديدة	التكرار	١٠٧	٧٦	٦	٧	٢	-	١٩٨
		النسبة(%)	٥٤,٠	٣٨,٤	٣,٠	٣,٥	١٠,٠	-	١٠٠%
٨	للتسلية والترفيه عن النفس	التكرار	٥٢	٩٧	١٨	٢٢	٩	-	١٩٨
		النسبة(%)	٢٦,٣	٤٩,٠	٩,١	١١,١	٤,٥	-	١٠٠%

عرض النتيجة :

يوضح الجدول رقم (٢٨) الإشباعات المتحققة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية حيث تركزت النسب الكبرى عند درجتي الموافقة (موافق جداً، وموافق) أكثر من درجات عدم الموافقة ، حيث جاءت عند درجتي الموافقة على الترتيب التالي: تشبع لدى الحصول على المعلومات والمعارف الجديدة أولاً بنسبة حوالي ٩٢%، ثم معرفة وجهات النظر المختلفة بنسبة حوالي ٨٧ ثم معرفة آراء بعض الجمهور من المشاركين (المتصلين) بنسبة ٨٤%، فإشباع البحث عن الإثارة والتشويق بنسبة ٨١% ثم إشباع التسلية والترفيه بنسبة ٧٥%، فإشباع الحاجة إلى مناقشة الآخرين حول القضايا المطروحة بنسبة ٧٤% وأخيراً إشباع الحاجة لتقييم الواقع ومجريات الأحداث بنسبة ٧٣%. كما أن خانة لا أدري شكلت نسبة لا بأس بها خاصة عند إشباع الحاجة إلى : مناقشة الآخرين حول القضايا المطروحة ١٩.٧% والتعرف على المزيد حول القضايا المطروحة٢٦.٣%، الحاجة لتقييم الواقع ومجريات الأحداث٢٣.٢%.

مناقشة النتيجة:

بالنظر إلى الاشباعات الثلاث التي جاءت كأعلى نسب وهي: تشبع لدى الحصول على المعلومات والمعارف الجديدة أولاً بنسبة حوالي ٩٢%، ثم معرفة وجهات النظر المختلفة بنسبة حوالي ٨٧ ثم معرفة آراء بعض الجمهور من المشاركين (المتصلين) بنسبة ٨٤%، نجدها اشباعات تدخل ضمن نمط التعرض والانشغال المعرفي أو العقلاني كما سماها(إيرفينج جوفمان) ، عند حديثه حول كفاءة وفاعلية الاتصال لدى الأفراد[1]، بعد ذلك جاء إشباع الحاجة للإثارة والتشويق والحاجة للتسلية والترفيه وهاتان الحاجتان تدخل ضمن نمط التعرض والانشغال النفسي والعاطفي، هذا الترتيب يعكس أهمية الاشباعات المعرفية التي يبحث عنها الشباب، متقدمة على الاشباعات العاطفية آنفة الذكر، بعد ذلك جاءت اشباعات الحاجة إلى مناقشة الآخرين حول القضايا المطروحة، و إشباع الحاجة لتقييم الواقع ومجريات الأحداث ، وهي اشباعات خاصة لفئة معينة من الجمهور فالحاجة إلى مناقشة الآخرين تعني الفاعلية التي تتعدى مجرد العلم بالشيء، أو الحصول على المعلومات، كما أن تقييم مجريات الأحداث تعد مهارة من مهارات التفكير العلياء وهي التقييم ولذا كان من يبحث عن هاذين الاشباعين أقل من الفئات الأخرى.

---

1 علي سعد العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات الفضائية، مرجع سابق، صص ٥١-٦١

و/ الاتجاهات (الآراء) حول البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

جدول رقم (٢٣)

الاتجاهات (الآراء) حول البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

الرقم	الاتجاه (الرأي)		موافق جداً	موافق	لا أدري	غير موا فق	غير موافق جداً	بدون إجابة	الإجمالي
١	أوجدت مساحة من الحرية للتعبير عن الآراء المختلفة	التكرار	٥٣	١١٢	٢٢	٤	٢	٥	١٩٨
		النسبة(%)	٢٨,٨	٥٦,٦	١١,١	٢,٠	١,٠	٢,٥	١٠٠%
٢	تطرح موضوعات وقضايا مهمة	التكرار	١٠٠	٨٩	٣	٢	-	٤	١٩٨
		النسبة(%)	٥٠,٥	٤٤,٩	١,٥	١,٠	-	٢,٠	١٠٠%
٣	يدير مقدمو هذه البرامج النقاش بشكل موضوعي ومحايد	التكرار	٥٧	٨٥	٣٠	١٢	٩	٥	١٩٨
		النسبة(%)	٢٨,٨	٤٢,٩	١٥,٢	٦,١	٤,٥	٢,٥	١٠٠%
٤	خلقت الكثير من الجدل والنقاش الاجتماعي المفيد حول ما تطرحه من قضايا	التكرار	٦٤	٦٧	٤٧	٩	٧	٤	١٩٨
		النسبة(%)	٣٢,٣	٣٣,٨	٢٣,٧	٤,٥	٣,٥	٢,٠	١٠٠%
٥	أسهمت في خلق قناة اتصال بين المشاهد والشخصيات المستضافة	التكرار	٤٦	٨٧	٣٦	١٩	٤	٦	١٩٨
		النسبة(%)	٣٢,٢	٤٣,٩	١٨,٢	٩,٦	٢,٠	٣,٠	١٠٠%
٦	أسهمت في نشر المعرفة والثقافة في الوطن العربي	التكرار	٦٠	٩٢	٢٥	١٥	٢	٤	١٩٨
		النسبة(%)	٣٠,٣	٤٦,٥	١٢,٦	٧,٦	١,٠	٢,٠	١٠٠%

عرض النتيجة:

يوضح الجدول رقم (٢٩) اتجاهات أفراد العينة حول البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، وهذه الاتجاهات أو الآراء تختلف نسبتها من اتجاه لآخر ، وحسب درجة الموافقة. فعند درجة الموافقة جداً، جاء الرأي حول البرامج الحوارية على أنها تطرح موضوعات وقضايا مهمة أولاً بنسبة بلغت ٥٠.٥%، يليه وبفرق كبير الرأي بأنها خلقت الكثير من الجدل والنقاش الاجتماعي المفيد وذلك بنسبة بلغت ٣٢.٣%، وجاء ثالثاً الرأي بأنها أسهمت في نشر المعرفة والثقافة في الوطن العربي.

بينما جاءت الآراء نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية عند درجة الموافقة فقط على النحو التالي:

أوجدت مساحة من الحرية للتعبير عن الآراء المختلفة أولاً بنسبة ٥٦.٦% ، ثم أنها أسهمت في نشر المعرفة والثقافة في الوطن العربي ثانياً بنسبة بلغت ٤٦.٥% ، وثالثاً أنها تطرح موضوعات وقضايا مهمة بنسبة بلغت ٤٤.٩%، كما يتضح من الجدول عدم الموافقة حول الرأي أو الاتجاه الذي يشير إلى أنها أسهمت في خلق قنوات اتصال بين المشاهد والشخصيات المستضافة بأكبر نسبة بلغت ٩.٦% يليه الرأي حول إدارة مقدمي هذه البرامج النقاش بشكل موضوعي ومحايد بنسبة بلغت ٦.١%.

كما أكدت مجموعة من أفراد العينة أنهم لا يدرون أن كانت تلك البرامج خلقت الكثير من الجدل والنقاش الاجتماعي المفيد حول ما تطرحه من قاضيا حيث بلغت نسبتهم ٢٣.٧% كأعلى نسبة في هذا الحقل.

مناقشة النتيجة:

تتفق نتائج هذه الدراسة فيما يتعلق بالآراء أو الاتجاهات (وترتيبها) نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ، مع بعض الدراسات المشابهة التي تناولت التعرض للبرامج الحوارية أو الاتجاهات نحوها، ففي دراسة عن اتجاهات الشباب الجامعي نحو البرامج الحوارية[1]، ذكر المبحوثون عند سؤالهم عن رأيهم فيها فأفادوا بأنها تطرح موضوعات وقضايا مهمة، وكذلك أنها أوجدت مساحة من حرية الرأي والتعبير، وكذلك كونها أسهمت في نشر المعرفة والثقافة في الوطن العربي . كما

---

1 علي الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص ز.

وجدت أحد الباحثات في دراستها عن مدى إسهام البرامج الحوارية في الوطن العربي في تبني القضايا الاجتماعية، أن تلك البرامج أسهمت إسهاماً كبيرا في تشكيل الفكر العام حول القضايا الاجتماعية[1]، كما أبانت دراسة أخرى عن المطالب الجماهيرية في البرامج الحوارية التلفزيونية ، أن للبرامج الحوارية قدرة في تشكيل الفكر العام للمجتمع[2]، وفيما يتعلق بعدم الموافقة على كون تلك البرامج أسهمت في خلق قناة اتصال بين المشاهد والشخصيات المقدمة فيها، فهذا قد يعكس واقع الحال فيما يخص ضعف مستوى الاتصال التقني بين البرامج والمشاهدين، كما أن عدم موافقتهم على موضوعية مقدمي البرامج في إدارتهم للنقاش، يعكس تفوق بعض البرامج الحوارية في طرحها للقضايا واستضافتها للشخصيات المناسبة أكثر من نجاحها في إدارة النقاش بشكل موضوعي.

1 جيلان محمود، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي، مرجع سابق، ص:١٨.

2 Susan L. Breson, et al. "talk shows representations of interpersonal conflicts"**(Duplicate Reference)**., p. 25.

ز/ الآثار الناتجة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (٢٤)

الآثار الناتجة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

الرقم	الأثر		دائماً	أحياناً	نادراً	لا على الإطلاق	بدون إجابة	الإجمالي
١	أتعرف على المزيد حول القضايا المطروحة، من وسائل أخرى.	التكرار	٦٩	١٠٠	٢٦	٣	-	١٩٨
		النسبة(%)	٣٤,٨	٥٠,٥	١٣,١	١,٥	-	١٠٠%
٢	أتحاور مع الأصدقاء أو الزملاء أو الأهل، حول ما تطرحه من قضايا.	التكرار	٧٤	١٠١	١٥	٥	٣	١٩٨
		النسبة(%)	٣٧,٤	٥١,٠	٧,٦	٢,٥	١,٥	١٠٠%
٣	أرغب في المشاركة من خلال الاتصال بالبرنامج.	التكرار	٢٠	٣٥	٤٧	٩٦	-	١٩٨
		النسبة(%)	١٠,١	١٧,٧	٢٣,٧	٤٨,٥	-	١٠٠%
٤	أنصح غيري بمتابعتها	التكرار	٤٦	٩٥	٥١	٦	-	١٩٨
		النسبة(%)	٢٣,٢	٤٨,٠	٢٥,٨	٣,٠	-	١٠٠%
٥	تساعدني في إعادة التفكير تجاه بعض القضايا المطروحة في البرنامج	التكرار	٥٩	٩٨	٣٤	٣	٤	١٩٨
		النسبة(%)	٢٩,٨	٤٩,٥	١٧,٢	١,٥	٢,٠	١٠٠%
٦	أنقد بعض أو جميع مكونات البرنامج	التكرار	٣٤	٨٢	٦٤	١٦	٢	١٩٨
		النسبة(%)	١٧,٢	٤١,٤	٣٢,٣	٨,١	١,٠	١٠٠%

عرض النتيجة:

يوضح الجدول رقم (٣٠) مستوى بعض الآثار التي قد تنتج من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، حيث سجلت أعلى نسبة أثر للتعرض عند التحاور مع الأصدقاء أو الأهل حول ما تطرحه من قضايا ويتضح ذلك عند درجتي دائماً ٣٧.٤%، وأحياناً ٥١% يلي ذلك (ثانياً) أثر التعرف على المزيد حول القضايا المطروحة بنسبة ٣٤.٨% عند دائماً، ونسبة ٥٠.٥% عند أحياناً ثم بعد ذلك (ثالثاً) أثر أنها تساعدني في إعادة التفكير تجاه بعض القضايا المطروحة في البرنامج بنسبة ٢٩.٨% عند دائماً، و٤٩.٥% عند أحياناً وأثر أنصح غيري بمتابعتها جاء رابعاً بنسبة ٢٣.٢% عند دائماً، ٤٨% عند أحياناً، وأخيراً جاء أنقد بعض أو جميع مكونات البرنامج.

كما يتضح من الجدول رقم (٣٠) أيضاً أن أثر أرغب في المشاركة من خلال الاتصال بالبرنامج جاء أقل الأثر التي يمكن أن يتركها التعرض للبرامج الحوارية لدى عينة الدراسة حيث سجل أعلى نسبة عند لا على الإطلاق بلغت ٤٨.٥% بفارق كبير جداً عند بقية الآثار.

مناقشة النتيجة:

قد يترك التعرض للبرامج الحوارية بعض الآثار لدى المبحوثين، ولما كانت عينة الدراسة من فئة الشباب من طلاب الجامعة كان توقع تفاعلهم مع تلك البرامج أكثر من غيرهم لاسيما الجيد منها، ولذا خلصت النتائج لحدوث بعض الآثار التي أفاد المبحوثون أنها جاءت أثناء أو بعد التعرض للبرنامج، وقد جاءت بعض الدراسات متفقة إلى حد كبير مع تلك الآثار وترتيبها، ففي دراسة على طلاب جامعة الملك سعود حول اتجاهات الطلاب نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية[١]، أفاد المبحوثون أن من أبرز الآثار التي يتركها التعرض لتلك البرامج الحوارية، أو بعضها الحديث مع الأصدقاء حول ما يطرح من قضايا وموضوعات، ثم أثر إعادة التفكير تجاه بعض القضايا، وهذه الآثار جاءت أولا في هذه الدراسة، كذلك أفادت دراسة أخرى قارنت بين البرامج الإخبارية والحوارية، أن البرامج الحوارية الجيدة تترك مجالاً لتقديم أفكار ومفاهيم جديدة لضيوف البرنامج ،أو المشاهدين[٢]، أي أنها تساعد الجمهور من الشباب في إعادة التفكير تجاه بعض القضايا المطروحة كما جاء أثر ثالث ذكره المبحوثون في هذه الدراسة، وفيما يتعلق بنقد البرنامج أو الموضوعات المطروحة

---

1 علي الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة، مرجع سابق، ص: ز

2 Farouk, Kina, 2003, Television Presenter's Skills, first edition, Alamalkotob, Cairo, Egypt.

فيه فقد جاء آخر أثر ذكره المبحوثون عند خانة "أحيانا"" ودائما". وهذا يتفق أيضا مع احد الدراسات التي ذكرت أن البرامج الحوارية لا تؤثر بدرجة كبيرة على الإدراك، أو التقديرات أو الأحكام حول الموضوعات، ولكنها تعطي معلومات تفيد بعد ذلك في الحكم عليها[١]. أما اقل الآثار على الإطلاق والذي جاء عند عبارة" أرغب" في المشاركة من خلال الاتصال وهذا راجع بطبيعة الحال لقلة نوعية الجمهور المشارك ، أو الفاعل[٢] من المجموع العام للجمهور .

---

(١) Davis, Stas & Mares, Marie. Effects of Talk Shows Viewing on Adolescents. In: Journal of Communication. Vol. 48, No. 3A, 1998, pp 69 – 86.

2 أنظر: تقسم الجمهور من حيث الفعالية (المطلب الثالث من المبحث الأول في هذه الدراسة)

جدول رقم (٢٥)

أثر التعرض المستمر لبعض البرامج الحوارية على بعض الخصائص الشخصية المرتبطة بمهارة التفكير الناقد:

الرقم	الأثر		بشكل كبير	بشكل متوسط	بشكل قليل	لا أجد له تأثير	غير متأكد	بدون إجابة	الإجمالي
١	التعرض للبرامج الحوارية زاد من قدرتي على التميز بين الآراء والوقائع.	التكرار	٧٩	٩٠	٢٤	٣	٢	-	١٩٨
		النسبة(%)	٣٩,٩	٤٥,٥	١٢,١	١,٥	١,٠	-	١٠٠%
٢	التعرض للبرامج الحوارية زاد عندي حب الإطلاع.	التكرار	٧٧	٧٧	٢٨	١٤	١	١	١٩٨
		النسبة(%)	٣٨,٩	٣٨,٩	١٤,١	٧,١	٠,٥	٠,٥	١٠٠%
٣	التعرض للبرامج الحوارية يدربني على جمع الأدلة والبيانات قبل أن أصدر الحكم على الأشياء.	التكرار	٨٨	٦٢	٣٣	١١	٤	-	١٩٨
		النسبة(%)	٤٤.٤	٣١.٣	١٦.٧	٥.٦	٢.٠	-	١٠٠%
٤	التعرض للبرامج الحوارية ينمي لدي القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي	التكرار	٨٢	٥٧	٤٩	٨	٢	-	١٩٨
		النسبة(%)	٤١,٤	٢٨,٨	٢٤,٧	٤,٠	١,٠	-	١٠٠%
٥	التعرض للبرامج الحوارية عودني على تقبل آراء الآخرين ومناقشتهم.	التكرار	١٠٠	٧٠	٢٠	٤	٣	١	١٩٨
		النسبة(%)	٥٠,٥	٣٥,٤	١٠,١	٢,٠	١,٥	٠,٥	١٠٠%
٦	التعرض للبرامج الحوارية زاد من قدرتي على الاستدلال المنطقي والاكتشاف.	التكرار	٦٤	٧٢	٣٨	٢٢	٢	-	١٩٨
		النسبة(%)	٣٢,٣	٣٦,٤	١٩,٢	١١,١	١,٠	-	١٠٠%
٧	تنمي لدي البرامج الحوارية القدرة على بناء المفردات اللغوية.	التكرار	٦٤	٥٩	٣٦	٢٨	١١	-	١٩٨
		النسبة(%)	٣٢.٣	٢٩,٨	١٨,٢	١٤,١	٥,٦	-	١٠٠%
٨	تعرضي للبرامج الحوارية عودني على تحديد المشكلة بوضوح.	التكرار	٥٣	٨٥	٣٨	١٦	٦	-	١٩٨
		النسبة(%)	٢٨,٨	٤٢,٩	١٩,٢	٨,١	٣,٠	-	١٠٠%
٩	تعرضي للبرامج الحوارية عودني على أن أستخدم مصادر علمية في استدلالاتي.	التكرار	٧٠	٥٠	٤٨	٢٠	١٠	-	١٩٨
		النسبة(%)	٣٥,٤	٢٥,٣	٢٤,٢	١٠,١	٥,١	-	١٠٠%

عرض النتيجة :

يوضح الجدول رقم (٣١) أثر التعرض المستمر، أو بشكل دائم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية على بعض الخصائص الشخصية التي يمكن أن تكتسب ذلك لدى أفراد العينة، وقد جاء أبرزها على النحول التالي:

أولاً: عند التأثير بشكل عند التأثير بشكل كبير، جاءت عبارة "التعرض للبرامج الحوارية عودني على تقبل آراء الآخرين ومناقشتهم" أولاً بنسبة بلغت ٥٠.٥% ثم تدربين البرامج الحوارية على جمع الأدلة والبيانات قبل أن أصدر الحكم على الأشياء بنسبة بلغت ٤٤.٤% ، ثم ثالثاً عبارة "تنمي لدي القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي" بنسبة ٤١.٤%، وجاءت عبارة زادت من قدرتي على التمييز بين الآراء والوقائع، رابعاً بنسبة ٣٩.٩% فخامساً عبارة" زادت عندي حسب الاطلاع" بنسبة مقاربة بلغت ٣٨.٩%.

ثانياً: عند التأثير بشكل متوسط. جاءت عبارة التعرض للبرامج الحوارية زاد من قدرتي على التمييز بين الآراء والوقائع أولاً بنسبة بلغت ٤٥.٥% يليها عبارة عودني التعرض للبرامج الحوارية على تحديد المشكلة بوضوح بنسبة ٤٢.٩%، ثم عبارة التعرض للبرامج الحوارية زاد ليد حسب الإطلاع على ثالثاً بنسبة ٣٨.٩%، ورابعاً عبارة التعرض للبرامج الحوارية زاد من قدرتي على الاستدلال المنطقي والاكتشاف بنسبة ٣٦.٤%.

ثالثاً: عند التأثير بشكل قليل: جاءت عبارة "التعرض للبرامج الحوارية ينمي لدي القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي بنسبة بلغت ٢٤.٧%، يليها مباشرة عبارة تعرض للبرامج الحوارية عودتني أن استخدم مصادر علمية في استدلالاتي بنسبة ٢٤.٢% ثم عبارتي تعرض للبرامج الحوارية زاد من قدرتي على الاستدلال المنطقي والاكتشاف، وتعرضي للبرامج الحوارية عودني على تحديد المشكلة بوضوح بنسبة متساوية بلغت ١٩.٢%.

رابعاً: عند الإتجاه لا أجد للتعرض للبرامج الحوارية تأثير: جاءت عبارة "التعرض للبرامج الحوارية ينمي لدي القدرة على بناء المفردات اللغوية أولاً بنسبة ١٤.١%، ثم عبارة التعرض للبرامج الحوارية زاد من قدرتي على الاستدلال المنطقي والاكتشاف ثانياً بنسبة ١١.١% فعبارة عودني التعرض للبرامج الحوارية على أن استخدام مصادر علمية في استدلالاتي .

خامساً: كان البارز عند إجارة المبحوثين في خانة" غير متأكد أن جاءت عبارتي التعرض للبرامج الحوارية ينمي لدي القدرة على بناء المفردات اللغوية والتعرض للبرامج لحوارية زاد من قدرتي على الاستدلال المنطقي والاكتشاف بنسب مرتفعة قليلاً عن باقي العبارات بلغت على التوالي: ٥.٦% و ٥.١% .

مناقشة النتيجة:

يفترض هذا السؤال التعرض الكثيف أو المستمر للبرنامج الحواري المحبب للمبحوثين، ويبحث تحديدا في إكساب المبحوث بعض الخصائص الشخصية المرتبطة بمهارة التفكير الناقد، وهذه الخصائص تتوفر في بعض البرامج الحوارية الجيدة أكثر من غيرها من البرامج الأخرى- كما سيتضح عند مناقشة إجابة السؤال السابع لاحقا- ، وعند النظر إلى نتيجة تلك الآثار نجد أن الآثار الخمسة الأولى كانت أكثر حدوث كما يشعر بها المبحوثين وهي على الترتيب: عودني على تقبل آراء الآخرين، ثم التدريب على جمع الأدلة قبل إصدار الأحكام ، ثم تنمية القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي، ثم أنها زادت من قدرتي على التمييز بين الآراء والوقائع، وأخيرا تزيد من حب الإطلاع، ويلاحظ في هذه المجموعة أنها من ابرز خصائص التفكير الناقد وأكثرها وضوح في العبارة لدى المبحوثين من الطلاب، بينما جاءت اقل التأثيرات من العبارات التالية : أنها تنمي القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي وهذه العبارة جاءت ثالثاً عند التأثير بشكل كبير، أما ما عداها فهي العبارات التي اشرنا إلى عدم وضوحها مقارنة بالآثار الأخرى مثل: اكتساب استخدام المصادر العلمية في الاستدلال، والاستلال المنطقي والاكتشاف، والتي جاءت أولا عند خانة لا أجد لها تأثير، كذلك جاءت عبارتي زاد من قدرتي على الاستدلال المنطقي والاكتشاف، وتنمي لدي القدرة على بناء المفردات اللغوية أبرز من غيرها عند خانة غير متأكد مما يعني صعوبة استنتاج تلك الآثار ، أو حتى الإحساس بتحققها لدى المبحوثين عينة الدراسة. وفي مناقشة السؤال السابع تفصيل أكثر كما سيأتي لاحق لاسيما عند تفسير علاقتها بمهارة التفكير الناقد.

المبحث الثاني

نتائج الدراسة المرتبطة بمهارة التفكير الناقد

أولا: العمر :

جدول (٢٧)

العمر	العدد	متوسط التفكير الناقد	الانحراف المعياري
٢٠ سنة وأقل	٨١	٨٩.٢٣	١١.٦٥
٢١-٢٢	٨٧	٨٤.١١	١٣.٤٢
٢٣سنة فأكثر	٣٠	٨٥.٤٠	١٣.١٣
المجموع	١٩٨	٨٦.٤٠	١٢.٨٤
اختبار ف ٣.٥٣٢		مستوى الدلالة ٠.٠٣١	

يلاحظ عند متغير العمر أن متوسط التفكير الناقد للطلاب الأصغر سنا أعلى من متوسط التفكير الناقد للطلاب الأكبر سنا بمستوى دلالة بلغ: ٠.٠٣١

ثانيا: التخصص الدراسي:

جدول (٢٨)

التخصص	العدد	متوسط التفكير الناقد	الانحراف المعياري
دراسات إنسانية	٦٢	٨٨.٣١	١١.٦٢
دراسات شرعية	٦٨	٧٨.٦٢	١٢.٤١
علوم طبيعية	٦٨	٩٢.٤٦	١٠.٢٧
المجموع	١٩٨	٨٦.٤٠	١٢.٨٣
اختبار ف ٢٦.٠٠٩		مستوى الدلالة ٠.٠٠٠	

في التخصص الدراسي جاء متوسط مستوى التفكير الناقد لطلاب العلوم الطبيعية أعلى من متوسط مستوى التفكير الناقد لتخصصي الدراسات الإنسانية والشرعية، حيث بلغ ٩٢.٤٦% وبمستوى دلالة عالي جدا.

ثالثا: المستوى الدراسي:

جدول (٢٩)

المستوى الدراسي	العدد	متوسط التفكير الناقد	الانحراف المعياري
الأول والثاني	٧٨	٨٤.٥٦	١٢.٤٩
الثالث والرابع	٨٤	٨٧.٠	١٣.٥٦
الخامس والسادس	٢٨	٨٧.٣٩	١٢.٠٣
السابع والثامن	٨	٩٤.٦٣	٧.٦٧
المجموع	١٩٨	٨٦.٤٠	١٢.٨٤
اختبار ف ١.٧٦٣		مستوى الدلالة ٠.١٥٦	

يلاحظ عند المستويات الدراسية أنه كلما تقدم الطلاب للمستويات الدراسية الأعلى زاد متوسط التفكير الناقد لديهم، وإن كانت تلك الفروق غير دالة.

رابعا: المعدل التراكمي:

جدول (٣٠)

المعدل التراكمي	العدد	متوسط التفكير الناقد	الانحراف المعياري
من ٤-٥	٣٧	٧٦.٩٥	١٣.٧٧
من ٣- أقل من ٤	٩١	٨٦.٢٤	١١.٧٧
من ٢- أقل من ٣	٥٥	٩١.٠	١١.١٠
أقل من ٢	١٥	٩٣.٨٧	٩.٢٦
المجموع	١٩٨	٨٦.٤٠	١٢.٨٤
اختبار ف ١٢.٦٤١		مستوى الدلالة ٠.٠٠٠	

كما يلاحظ عند المعدل التراكمي ، أنه كلما قل المعدل التراكمي زاد مستوى التفكير الناقد، وبدلالة عالية، وقد تشير هذه النتيجة إلى أن طريقة التحصيل الدراسي أو طريقة التدريس لا تفيد في رفع مستوى التفكير الناقد لدى الطلاب.

جدول (٣١)

الفروق بين متوسطات التفكير الناقد عند درجات التعرض للبرامج الحوارية:

درجة التعرض للبرامج الحوارية	العدد	متوسط التفكير الناقد	الانحراف المعياري
نادراً	٣٣	٧٩.٦٤	١٢.٦٤
أحياناً	١٣٣	٨٧.٣٢	١٢.٧٠
دائماً	٣١	٨٩.٥٢	١١.٦٩
المجموع	١٩٨	٨٦.٤٠	١٢.٨٤
اختبار ف ٤.١٤٠		مستوى الدلالة ٠.٠٠٧	

ويلاحظ عند المقارنة بين متوسطات التفكير الناقد عند كثافة التعرض للبرامج الحوارية أن الذين يتعرضون للبرامج الحوارية بشكل دائم متوسط التفكير الناقد لديهم أعلى من الذين يتعرضون أحيانا ونادرا[١]. وعند مستوى دلالة عالي.

1 انظر: عند تفسير نتيجة العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية ومهارة التفكير الناقد (الإجابة على السؤال البحثي الأول للدراسة)

المبحث الثالث

نتائج الدراسة المرتبطة بالعلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية و مهارة التفكير الناقد

تتمثل نتائج العلاقة بين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ، ومهارة التفكير الناقد من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة في جانبها الميداني على النحو التالي :

السؤال الأول:

ما العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد ؟

التعرض

عرض النتيجة:

للتعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد استخدم الباحث معامل ارتباط" بيرسون" لتحديد طبيعة العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ، ومهارة التفكير الناقد وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (٣٢)

نتائج معامل ارتباط "بيرسون" لتحديد طبيعة العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد:

		مهارات التفكير الناقد
تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	معامل ارتباط بيرسون	٠,١٧٤
	الدلالة الإحصائية	*٠,٠١٤

*** علاقة دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل**

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم . حيث يتضح أنه كلما زاد تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية .كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

ولتحديد طبيعة وتفاصيل العلاقة بشكل أدق قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى مهارة التفكير الناقد عند التعرض لكل نوع من أنواع البرامج الحوارية على حدة وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (٣٣)

نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى مهارة التفكير الناقد عند التعرض لكل نوع من أنواع البرامج الحوارية على حدة:

البرنامج	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب البرنامج من حيث التأثير على مهارة التفكير الناقد
برنامج ٩٩	٨٣,٢٨٠٠	١٤,٥٣٧٨	٧
إضاءات	٩٠,٥٠٠٠	١٥,٦٥٧٨	٣
صدى الملاعب	٩١,٧٨٥٧	١١,٤٩٠٣	٢
الاتجاه المعاكس	٨٣,٧٠٠٠	٥,٥٣٨٨	٦
الجولة	٨٧,٣٧٥٠	٩,٣٤٩٤	٤
ساعة حوار	٩٣,٢٦٧	١١,٠٧٤٢	١
أخرى	٨٥,٩٢٣١	١٢,٣٤٥٢	٥

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن أبرز برنامج حواري يسهم في تعزيز مهارات التفكير الناقد لدى الشباب هو برنامج ساعة حوار يليه برنامج صدى الملاعب ثم برنامج إضاءات وفي المرتبة الرابعة يأتي برنامج الجولة.

مناقشة النتيجة :

تتناغم هذه النتيجة مع المقارنة بين متوسطات التفكير الناقد عند كثافة التعرض للبرامج الحوارية، حيث أن الذين يتعرضون للبرامج الحوارية بشكل دائم متوسط التفكير الناقد لديهم أعلى من الذين يتعرضون أحيانا ونادرا[1] ، وبالنظر إلى نتيجة هذا السؤال فقد وجد الباحث ما يعزز هذه النتيجة في بعض الدراسات الأجنبية، وهو ما لم يجده في الدراسات العربية، فقد كشفت أحد الدراسات الأجنبية التي تناولت العلاقة بين التعرض لبعض محتويات الإعلام(فيما يسمى بثقافة الإعلام) ، ومهارة التفكير الناقد على عينة من طلاب الجامعة[٢]، أن هناك ثمة علاقة بين المتغيرين، وقد أوصت

1 انظر: متوسطات التفكير الناقد للبيانات الأولية وكثافة التعرض في نتائج هذه الدراسة

١-Edward T . Arke (2005) Media literacy and Critical Thinking: **(Duplicate Reference)**P:234

جدول (٣٤)

جدول يوضح بعض الخصائص أهم البرامج الحوارية التي يتعرض لها المبحوثين

م	خصائص البرنامج	نسبة التعرض	معدل العرض	مباشر/غير	الجمهور المستهدف	طبيعة الموضوعات	نوع الطرح السائد	الإثارة المستخدمة	نوع القناة
١	برنامج ٩٩	٢٦.٨%	أسبوعي	مباشر	شبابي/ وعام	اجتماعية/ أمنية/شبابية	إصلاحي/ واقعي	عاطفية (من خلال التقارير)	حكومية
٢	ساعة حوار	٧.٦%	أسبوعي	مباشر	متدين/ وعام	دينية/ ثقافي/ اجتماعية	إصلاحي/ فكري	إثارة فكرية	خاصة
٣	صدى الملاعب	٧.١%	أسبوعي	مباشر	شبابي	رياضية	نقل للواقع	مختلطة (عاطفية وفكرية من خلال التقارير)	خاصة
٤	إضاءات	٥.١%	أسبوعي	غير مباشر	مثقف/ وعام	سياسية	فكري	فكري(من خلال المواجهة)	خاصة
٥	الاتجاه المعاكس	٥.١%	أسبوعي	مباشر	عام	سياسية	جدلية	عاطفية	خاصة
٦	الجولة وخط الستة	٤%	أسبوعي	مباشر	شبابي	رياضية	نقل للواقع	مختلطة (عاطفية وفكرية من خلال التقارير)	خاصة

السؤال الثاني :

ما العلاقة بين تعرض الشباب لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ، ومهارة التفكير الناقد ؟

عرض النتيجة:

للتعرف على العلاقة بين تعرض الشباب لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد، استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين تعرض الشباب لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومهارة التفكير الناقد وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (٣٥)

نتائج معامل ارتباط "بيرسون "" لتحديد طبيعة العلاقة بين تعرض الشباب لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد:

		مهارات التفكير الناقد
البرامج الحوارية الرياضية	معامل ارتباط بيرسون	٠.٠٦٢-
	الدلالة الإحصائية	٠.٣٩٧
البرامج الحوارية الدينية	معامل ارتباط بيرسون	٠.٠٧٧-
	الدلالة الإحصائية	٠.٢٨٦
البرامج الحوارية الثقافية	معامل ارتباط بيرسون	٠.٠٦٧
	الدلالة الإحصائية	٠.٣٥٨
البرامج الحوارية العلمية والطبية	معامل ارتباط بيرسون	٠.١٢٦-
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٨٤
البرامج الحوارية الفنية والغنائية	معامل ارتباط بيرسون	٠.٠٢٦
	الدلالة الإحصائية	٠.٧٢٣

من خلال النتائج الموضحة أعلاه، يتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية (الرياضية ، الدينية ، الثقافية ، العلمية والطبية ، الفنية والغنائية) في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم.

مناقشة النتيجة:

اختيار التعرض على مستوى مضامين البرامج الحوارية لا يكفي لتقرير وجود علاقة بينها ومهارة التفكير الناقد، قياسا على نتيجة السؤال الأول(في وجود علاقة طردية بين التعرض للبرامج الحوارية ومهارة التفكير الناقد) إذ أن جميع البرامج الرياضية والدينية والثقافية، وغيرها ليست على مستوى واحد من الجودة التي قد تعزز مهارة التفكير الناقد، أو غير معروفة الهوية، ولذا جاءت النتيجة عدم وجود علاقة بين التعرض لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد.

السؤال الثالث :

ما العلاقة بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

عرض النتيجة:

للتعرف على العلاقة بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد. استخدم الباحث معامل ارتباط "بيرسون" لتحديد طبيعة العلاقة بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ، ومهارة التفكير الناقد وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (٣٦)

نتائج معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد:

دوافع التعرض	معامل الارتباط والدلالة	مهارات التفكير الناقد
طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة	معامل ارتباط بيرسون	٠.٥٧٥
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
أسلوب تقديم البرنامج وطريقة إدارة الحوار	معامل ارتباط بيرسون	٠.٤٩٠
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
التصوير والديكور أو الأخراج	معامل ارتباط بيرسون	٠.٥٠٠
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
الشخصيات المشاركة (ضيوف البرنامج)	معامل ارتباط بيرسون	٠.٥٨٤
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**

مهارات التفكير الناقد	معامل الارتباط والدلالة	دوافع التعرض
٠.٥٨٥	معامل ارتباط بيرسون	مشاركات ومداخلات المشاهدين
**٠.٠٠٠	الدلالة الإحصائية	
٠.٦٣٤	معامل ارتباط بيرسون	وقت عرض البرنامج
**٠.٠٠٠	الدلالة الإحصائية	
٠.٥٣٢	معامل ارتباط بيرسون	مساحة حرية الرأي في البرنامج
**٠.٠٠٠	الدلالة الإحصائية	
٠.٤٣٢	معامل ارتباط بيرسون	القناة التي تبث البرنامج
**٠.٠٠٠	الدلالة الإحصائية	

**** علاقة دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل**

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما كانت طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية مهمة ، تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

كما يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين أسلوب تقديم البرنامج وطريقة إدارة الحوار المستخدم في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسن أسلوب تقديم البرنامج وطريقة إدارة الحوار المستخدم في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

كما يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه ، وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين التصوير والديكور، أو الإخراج المستخدم في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ، ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسن التصوير والديكور أو الإخراج المستخدم في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ، كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

كما يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين مستوى الشخصيات المشاركة (ضيوف البرنامج) في البرامج الحوارية التي

جدول رقم (٣٧)

نتائج معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد

		مهارات التفكير الناقد
الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	معامل ارتباط بيرسون	٠,٠١٥
	الدلالة الإحصائية	٠,٨٣٤

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين دوافع الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم.

مناقشة النتيجة :

تمثل الإشباعات التالية: الحاجة لمناقشة الآخرين، وتقييم الواقع، وقضاء وقت الفراغ، ومعرفة وجهات النظر المختلفة، ومعرفة آراء المتصلين، والبحث عن الإثارة والتشويق، والحصول على المعلومات، والتسلية والترفيه، كما في الجدول رقم (٣٧) تمثل مجتمعة مقياس للإشباعات التي عرضت على المبحوثين، ولأن هذه الاشباعات منقسمة بين ما يسمى بالاشباعات المعرفية، والأخرى العاطفية أحدث ذلك خلل في سياق المقياس و عدم اتجاهه نحو وجود علاقة (إيجابا أو سلبا)، فالإشباعات المعرفية مثل تقييم الواقع، ومعرفة وجهات النظر، تقييم الواقع يطلبها الأفراد بدوافع ذهنية[1] أي أن للتفكير ومحاولة الفهم دور في البحث عنها، أما الإشباعات العاطفية مثل قضاء وقت الفراغ، والتسلية والترفية، والبحث عن الإثارة يطلبها المبحوثين بدوافع طقوسية مرتبطة بالخيال والهروب من الواقع، ولذا فإنه من المتوقع أن تختلف الخصائص الفكرية لأصحاب هذين النوعين من الإشباعات، مما أدى إلى عدم وجود علاقة للإشباعات مجتمعة كمقياس مع مهارة التفكير الناقد .

1 عبد اللطيف العوفي ، دوافع التعرض للقنوات التلفزيونية المحلية والفضائية والإشباعات المتحققة منها، مرجع سابق ص:٢٣

السؤال الخامس:

ما العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

عرض النتيجة:

للتعرف على العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد، استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (٣٨)

نتائج معامل ارتباط "بيرسون "لتحديد طبيعة العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد

		مهارات التفكير الناقد
اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	معامل ارتباط بيرسون	٠,٠٩٦
	الدلالة الإحصائية	٠.١٨٥

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم.

مناقشة النتيجة:

تمثل الاتجاهات في هذا السؤال آراء المبحوثين حول البرامج الحوارية. كما عرفها الباحث إجرائيا، وقد اختارها الباحث من خلال عدد من الدراسات حول رأي الجمهور في واقع البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية[1] وتعامل معها كمقياس واحد بعد أن ثبت صدق اتساقها الداخلي إحصائيا[2]، وهي على النحو التالي:

---

1 أنظر البرامج الحوارية في الدراسات الإعلامية العربية، في هذه الدراسة ص: ٢٩

2 انظر صدق مقياس التعرض في إجراءات الدراسة، ص: ١٩١ .

أوجدت مساحة من الحرية للتعبير عن الآراء المختلفة – تطرح موضوعات وقضايا مهمة- يدير مقدمي هذه البرامج النقاش بشكل موضوعي ومحايد – خلقت الكثير من الجدل والنقاش الاجتماعي المفيد – أسهمت في خلق قناة اتصال بين المشاهد والشخصيات المستضافة - أسهمت في نشر المعرفة والثقافة في الوطن العربي-

ونظرا لتعدد خبرات المبحوثين حول البرامج الحوارية وتنوعها، واختلاف مستوى بعضها دون البعض الآخر أدى ذلك لعدم وجود علاقة (سلبا أو إيجابا) مع مهارة التفكير الناقد لديهم ، أي أنه لا علاقة بين تلك الآراء ومهارة التفكير الناقد.

السؤال السادس:

ما العلاقة بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

عرض النتيجة:

للتعرف على العلاقة بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (٣٩)

نتائج معامل ارتباط" بيرسون "لتحديد طبيعة العلاقة بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد.

		مهارات التفكير الناقد
الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية	معامل ارتباط بيرسون	٠,٠٥٢
	الدلالة الإحصائية	٠,٤٦٥

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد.

مناقشة النتيجة:

أظهرت بعض الدراسات العربية على البرامج الحوارية وجمهورها من الشباب أو الطلاب، وجود بعض الآثار المتعلقة بالبرامج الحوارية أثناء أو بعد عرضها، ومن ذلك اختار الباحث ستة آثار متكررة في تلك الدراسات[1]، ودراسة ارتباطها بمهارة التفكير الناقد وهذه الآثار هي على النحو التالي:

أبحث عن المزيد حول القضايا المطروحة من وسائل أخرى بعد تعرضي للبرنامج الحواري – أتحاور مع الأصدقاء أو الأسرة حول تلك القضايا التي يطرحها – أحاول المشاركة من خلال الاتصال أثناء بث البرنامج – انصح غيري بمتابعتها – تساعدني في إعادة التفكير تجاه بعض القضايا المطروحة- أنقد البرنامج أو أحاول تقييمه .

وقد تعامل معها الباحث مجتمعة كمقياس واحد بعد أن ثبت صدق اتساقها الداخلي، ونظر لتعدد خبرات المبحوثين حول البرامج الحوارية وتنوعها واختلاف مستوى بعضها دون البعض الآخر أدى ذلك لعدم وجود علاقة (سلبا أو إيجابا) مع مهارة التفكير الناقد لديهم ، يضاف إلى ذلك أن

1 أنظر الدراسات السابق (الدراسات المتعلقة بالتعرض للبرامج الحوارية) ص: ١٠-١٣

تلك الآثار قد يتأثر بها المفكر الناقد وغير الناقد عدا أثري: المساعدة في إعادة التفكير تجاه بعض القضايا المطروحة- ونقد البرنامج أو محاولة تقييمه لارتباطهما بالخصائص الفكرية .

السؤال السابع:

ما العلاقة بين تأثير التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة للشباب في القنوات الفضائية العربية على الخصائص الشخصية – المرتبطة بمهارة التفكير الناقد - ومهارة التفكير الناقد ؟

عرض النتيجة:

للتعرف على العلاقة بين تأثير التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة للشباب في القنوات الفضائية العربية على الخصائص الشخصية (المرتبطة بمهارة التفكير الناقد لديهم) ومهارة التفكير الناقد ، استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين تأثير التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة للشباب في القنوات الفضائية العربية على الخصائص الشخصية لديهم ومهارة التفكير الناقد وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (٤٠)

نتائج معامل ارتباط بيرسون لتحديد طبيعة العلاقة بين تأثير التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة للشباب في القنوات الفضائية العربية على الخصائص الشخصية لديهم ومهارة التفكير الناقد:

		مهارات التفكير الناقد
التعرض للبرامج الحوارية زاد من قدرتي على التمييز بين الآراء والوقائع	معامل ارتباط بيرسون	٠.٦٣٣
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
التعرض للبرامج الحوارية زاد عندي حب الإطلاع	معامل ارتباط بيرسون	٠.٦٠٠
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
التعرض للبرامج الحوارية يدربني على جمع الأدلة والبيانات قبل إصدار الحكم على الأشياء	معامل ارتباط بيرسون	٠.٧١٧
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
التعرض للبرامج الحوارية ينمي لدي القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي	معامل ارتباط بيرسون	٠.٧٧٠
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
التعرض للبرامج الحوارية عودني على تقبل آراء الآخرين ومناقشتهم	معامل ارتباط بيرسون	٠.٦٤٥
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
التعرض للبرامج الحوارية زاد من قدرتي على الاستدلال المنطقي والاكتشاف	معامل ارتباط بيرسون	٠.٧٦٣
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
تنمي لدي البرامج الحوارية القدرة على بناء المفردات اللغوية	معامل ارتباط بيرسون	٠.٦٢٦
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
تعرضي للبرامج الحوارية عودني على تحديد المشكلة بوضوح	معامل ارتباط بيرسون	٠.٦٨١
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**
تعرضي للبرامج الحوارية عودني على أن استخدم مصادر علمية في استدلالاتي	معامل ارتباط بيرسون	٠.٦٣٧
	الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠**

** علاقة دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن التعرض الكثيف للبرامج الحوارية التي يحبونها يزيد من القدرة على التمييز بين الآراء والوقائع ومهارة التفكير الناقد لديهم، حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على

المشكلة وطرح القضايا بحيادية للرأي العام متخذا بذلك أساليب الحوار ومهاراته وآدابه، كل ذلك يجعل من البرنامج مادة جيدة لنقل الخبرات الفكرية، والنقدية من البرنامج إلى من يتعرض له بشكل كثيف أو مستمر.

والحوار البناء الفاعل له خصائص ومهارات مشابهة إلى حد كبير بخصائص التفكير الناقد التي ذُكرت في فقرات هذا السؤال، لا سيما إذا كان مقدم البرنامج الحواري يمتلك مقومات إدارة الحوار الفعال، يضاف إلى ذلك نوعية الضيف الذي يستضيفه البرنامج من حيث تخصصه وخبرته في الموضوع، ومن حيث خصائصه الشخصية كونه محاور جيد. ويذكر (العبيد)[1] في دراسته عن تعزيز ثقافة الحوار ومهاراته لدى الطلاب بعض من خصائص الحوار الفعال أو المثالي على النحو التالي:

الحوار الجيد أسلوب لحل المشكلات- وأسلوب لتطوير الأفكار، وبناء الفكر- وأسلوب للتعلم والمعرفة والتعبير عن الذات- ويدرب على تقبل الرأي الآخر- ويستدعي البحث عن الحق- ويشخص من خلاله الواقع- ويدرب على الاستدلال وغير ذلك.

وهذه الخصائص مشابهة إلى حد كبير بخصائص التفكير الناقد. ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة للشباب في القنوات الفضائية العربية على الخصائص الشخصية (المرتبطة بمهارة التفكير الناقد لديهم)، ومهارة التفكير الناقد يعد مؤشرا علميا لانتقال أثر خصائص الحوار، وخصائص التفكير الناقد من البرنامج الحواري الجيد إلى الذين يتعرضون له من الشباب بشكل كثيف أو مستمر . وهذه النتيجة يدعمها بعض الدراسات الغربية[2] التي أشارت إلى وجود علاقة بين التعرض للإعلام الهادف ومهارة التفكير الناقد فيما يسمى بثقافة جمهور الإعلام، كما يذكر الدليل التعريفي للحوار (أحد إصدارات مركز الملك عبد العزيز للحوار)[3] العوامل المؤثرة في رفع مستوى ثقافة الحوار لدى الجمهور حيث حددت بأربع مصادر بنسب متقاربة على النحو التالي:

---

1 إبراهيم العبيد، تعزيز ثقافة الحوار ومهارته لدى طلاب المرحلة الثانوية، ص : ١٠

2 انظر الدراسات السابقة الخاصة بمتغيري الدراسة، وكذلك عند مناقشة نتيجة السؤال الأول.

3 مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، الدليل التعريفي، إصدارات مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، الرياض، ٢٠٠٦،ص: ١٣

١- التعليم بنسبة ٢٧%

٢- التربية الأسرية بنسبة ٢٦%

٣- الإعلام بنسبة ٢٥%

٤- اللقاءات والأنشطة الاجتماعية والثقافية بنسبة ٢٢%

مما يعني أهمية الإعلام في عصرنا هذا كناقل لثقافة الحوار، لاسيما البرامج الحوارية في القنوات الفضائية، التي يمثل الحوار شخصيتها وكينونتها.

السؤال الثامن :

ما العلاقة بين متغيرات الدراسة الأولية للشباب، وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد؟

عرض النتيجة:

للتعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة الأولية للشباب ، وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد استخدم الباحث تحليل الانحدار المتعدد Univariate Analysis of Variance لتحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة الأولية للشباب ، وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد وجاءت النتائج كالتالي :

جدول رقم (٤١)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد Univariate Analysis of Variance لتحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة الأولية للشباب وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد

المصدر	مجموع مربعات الخطأ	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
النموذج المصحح	٤٩,٥٥٨	٩٦	٠,٥١٦	٢,٥٥١	٠,٠٠٠**
العمر	٢,٥٥٣	٢	١,٢٧٦	٦,٣٠٦	٠,٠٠٣**
الجامعة	٠,٣٢٤	١	٠,٣٢٤	١,٦٠٣	٠,٢٠٨
الحالة الاجتماعية	٠,٣٦٥	١	٠,٣٦٥	١,٨٠٣	٠,١٨٢
التخصص	٢,٥٢٧	٢	١,٢٦٣	٦,٢٤٢	٠,٠٠٣**
المستوى الدراسي	٣.٥٠٠	٣	١,١٦٧	٥,٧٦٥	٠,٠٠٠**
المعدل التراكمي	١,٧٨٥	٣	٠,٥٩٥	٢,٩٤٠	٠,٠٣٧*
التعرض للبرامج	٠,٠٣٠٤	٣	٠,٠١٠٢	٠,٠٥٠	٠,٩٨٥
التفاعل بين المتغيرات المستقلة	٢٩,٣٢٩	٨١	٠,٣٦٢	١,٧٨٩	٠,٠٠٣**
الخطأ	٢٠,٤٤٢	١٠١	٠,٢٠٢	–	–
المجموع	٨٦٢,٠٠٠	١٩٨	–	–	–
المجموع المصحح	٧٠,٠٠٠	١٩٧	–	–	–
قيمة معامل التحديد Adjusted R Squared					٠,٤٣٠

**** فروق دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل**

*** فروق دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ فأقل**

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن هناك تأثيرا دالا إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل للمتغيرات الأولية للشباب وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد، حيث بلغت الدلالة الإحصائية لنموذج تأثير المتغيرات الأولية للشباب وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٠٠ وهي قيمة دالة على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠١ فأقل ومما يؤكد قوة تأثير المتغيرات الأولية للشباب ، وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية على مستوى تفكيرهم الناقد، أن قيمة معامل التحديد المصحح قد بلغت ٠.٤٣٠ وهي قيمة تشير إلى أن ما قيمته ٠.٤٣٠ من التباينات في مهارات

التفكير الناقد لدى الشباب يمكن عزوها إلى التباينات في المتغيرات الأولية للشباب، وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.

وعند النظر إلى النتائج التفصيلية من خلال النتائج الموضحة في جدول رقم (٤١) يتضح أن هناك تأثير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل للعمر على مستوى تفكيرهم الناقد حيث بلغت الدلالة الإحصائية لتأثير العمر على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٠٣ وهي قيمة دالة على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠١ فأقل مما يؤكد قوة تأثير العمر للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد.

مناقشة النتيجة:

بالنظر إلى النتائج الموضحة أدناه تتبين النتائج التالية :

جدول رقم (٤٢)

نتائج اختبار شيفيه لتحديد صالح الفروق بين فئات العمر للشباب في مستوى تفكيرهم الناقد:

فئات العمر	المتوسط	٢٠ فأقل	٢١-٢٢	٢٣ فأكثر
٢٠ فأقل	٢.١٦٠٥	–	**	**
٢١-٢٢	١.٨٨٥١		–	
٢٣ فأكثر	١.٩٠٠٠			–

** فروق دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين أصحاب الأعمار الصغيرة (٢٠ سنة فأقل) وأصحاب الأعمار المتوسطة والكبيرة (٢١ سنة فأكثر) في مهارات التفكير الناقد لصالح أصحاب الأعمار الصغيرة (٢٠ سنة فأقل).

كما يتضح من خلال النتائج الموضحة في جدول رقم (٤١) أن هناك تأثيرا دالا إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل للتخصص على مستوى تفكيرهم الناقد . حيث بلغت الدلالة الإحصائية لتأثير تخصص الشباب على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٠٣ وهي قيمة دالة على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠١ فأقل مما يؤكد قوة تأثير التخصص للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد وبالنظر إلى نتائج شيفيه الموضحة أدناه تتبين النتائج التالية :

جدول رقم (٤٣)

نتائج اختبار شيفيه لتحديد صالح الفروق بين فئات التخصص للشباب في مستوى تفكيرهم الناقد :

فئات التخصص	المتوسط	دراسات إنسانية	دراسات شرعية	علوم طبيعية
دراسات إنسانية	١.٩٨٥	–		
دراسات شرعية	١.٧٢٤	**	–	**
علوم طبيعية	٢.١٧٣			–

**** فروق دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل**

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين الذين تخصصهم دراسات شرعية والذين تخصصهم (دراسات إنسانية – علوم طبيعية) في مهارات التفكير الناقد لصالح الذين تخصصهم (دراسات إنسانية – علوم طبيعية).

كما يتضح من خلال النتائج الموضحة في جدول رقم (٤١) أن هناك تأثيرا دالا إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل للمستوى الدراسي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد حيث بلغت الدلالة الإحصائية لتأثير المستوى الدراسي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٠٠ وهي قيمة دالة على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠١ فأقل مما يؤكد قوة تأثير المستوى الدراسي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد وبالنظر إلى نتائج شيفيه الموضحة أدناه تتبين النتائج التالية :

جدول رقم (٤٤)

نتائج اختبار شيفيه لتحديد صالح الفروق بين فئات المستوى الدراسي للشباب في مستوى تفكيرهم الناقد:

فئات المستوى الدراسي	المتوسط	الأول أو الثاني	الثالث أو الرابع	الخامس أو السادس	السابع أو الثامن
الأول أو الثاني	١.٨٠٠	–	**	**	**
الثالث أو الرابع	٢.٠٩١		–		
الخامس أو السادس	١.٩٧٥			–	
السابع أو الثامن	٢.٠٨٣				–

** فروق دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين الذين بالمستويات الدراسية الدنيا (الأول أو الثاني) والذين بالمستويات الدراسية العليا (الثالث أو الرابع أو الخامس أو السادس أو السابع أو الثامن) في مهارات التفكير الناقد لصالح الذين بالمستويات الدراسية العليا (الثالث أو الرابع أو الخامس أو السادس أو السابع أو الثامن).

كما يتضح من خلال النتائج الموضحة في جدول رقم (٤١) أن هناك تأثير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ فأقل للمعدل التراكمي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد حيث بلغت الدلالة الإحصائية لتأثير المعدل التراكمي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٣٧ وهي قيمة دالة على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠٥ فأقل مما يؤكد قوة تأثير المعدل التراكمي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد وبالنظر إلى نتائج شيفيه الموضحة أدناه تتبين النتائج التالية :

جدول رقم (٤٥)

نتائج اختبار شيفيه لتحديد صالح الفروق بين فئات المعدل التراكمي للشباب في مستوى تفكيرهم الناقد :

فئات المعدل التراكمي	المتوسط	من ٤ — ٥	من ٣ — إلى أقل من ٤	من ٢ إلى أقل من ٣	أقل من ٢
من ٤ — ٥	١.٨٠٠	–	**	**	**
من ٣ — إلى أقل من ٤	٢.٠٩١		–	*	*
من ٢ إلى أقل من ٣	١.٩٧٥			–	
أقل من ٢	٢.٠٨٣				–

** فروق دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل

* فروق دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ فأقل

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين الذين معدلهم التراكمي (من ٤ — ٥) والذين معدلاتهم (من ٣ - أقل من ٤) في مهارات التفكير الناقد لصالح الذين معدلاتهم (من ٣ - أقل من ٤).

الخاتمة

أهم النتائج والتوصيات

خلاصة النتائج

أظهرت النتائج فيما يتعلق بمتوسطات التفكير الناقد وفقا لبيانات العينة الأولية مايلي : أولا تقارب المتوسطات في مستوى التفكير الناقد للعينتين في جامعة الإمام محمد والملك سعود، حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروق جوهرية بينهما، ثانيا: فيما يتعلق بمتوسطات التفكير الناقد للتخصصات الدراسية تقدم طلاب الدراسات الطبيعية على طلاب التخصصات الشرعية والإنسانية في مستوى التفكير الناقد وبدلالة إحصائية ، ثالثا: عند المستويات الدراسية أظهرت النتائج أن طلاب المستويات المتقدمة (السابع والثامن) كانوا أولا في مستوى التفكير الناقد، تلاهم طلاب المستويات الثالث حتى السادس، ثم أخيرا طلاب المستويات الأولى والثانية، رابعا: عند متغير المعدلات التراكمية حصل طلاب المعدلات التراكمية الدنيا(أقل من ٣ إلى أقل من ٢) على متوسط تفكير ناقد أعلى من طلاب المعدلات التراكمية العلياء(من ٥ إلى أقل من ٤)، وأخيرا أظهرت الدراسة فيما يتعلق بمتغير كثافة التعرض للبرامج الحوارية أنه كلما زاد التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية زاد مستوى التفكير الناقد.

كما أظهرت النتائج فيما يتعلق بالتعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية النتائج التالية:

أولاً التعرض للبرامج الحوارية كما يعرفها أفراد العينة[1] حصل برنامج (تسعة وتسعين) على أعلى مستوى تعرض بلغ ٢٦.٨% وبفارق كبير عن البرامج الأخرى، تلاه برنامج ساعة حوار بنسبة ٧.٦%، ثم برنامج صدى الملاعب ثالثا بنسبة ٧%، ثم رابعا برنامجي إضاءات، والاتجاه المعاكس بنسبة٥% ثم برنامجي الجولة وخط الستة بنسبة ٤%، بعد ذلك جاء برامج حوارية أخرى عديدة بلغت أكثر من ٤٥ برنامج حواري ولكن بنسب أقل من ٤% ومنها: برنامج الرأي والرأي الآخر- المجلس- حول الدائرة- صباح الخير يا عرب- في المرمى- كل الرياضة- مساء الرياضة- وجها لوجه- الدليل القاطع — الدكتور فيل- مثير للجدل- وغيرها.

---

[1] هذا حسب الاختيار الأول، لأن كل مبحوث يختار خمس اختيارات حسب الترتيب في الأهمية بالنسبة له، علما أن هناك تقارب كبير في ترتيب تلك التفضيلات في الاختيارات الأربع .

ثانيا: التعرض لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، حيث كانت أعلى نسبة تعرض بشدة عند المضمون الرياضي بنسبة بلغت ٣٨.٩ % ، ثم تلاها بفارق النصف تقريبا التعرض للمضمون الديني، ثم المضمون العلمي والطبي، فالثقافي، ثم الغنائي والفني، وجاءت المضامين السياسية والاقتصادية أولاً عند حقل الاختيار(لست حريص على التعرض لها).

ثالثاً: دوافع التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، وكانت دوافع التعرض على الترتيب التالي: الشخصيات المشاركة من ضيوف البرنامج، ثم طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة، ثم أسلوب تقديم البرنامج وإدارة الحوار، ثم وقت عرض البرنامج، وأخيرا جاء دافعي مساحة حرية الرأي والقناة التي تبث البرنامج، وكان دافعي التصوير والإخراج والقناة التي تبث البرنامج أعلى نسب عند حقل الاختيار(ليس له تأثير على دوافعي للتعرض للبرنامج).

رابعاً: الاشباعات المتحققة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية،وجاءت حسب الترتيب التالي: تشبع لدي الحصول على المعلومات والمعارف الجديدة، ثم معرفة وجهات النظر المختلفة، ثم معرفة آراء بعض الجمهور المشاركين من المتصلين بالبرنامج، فإشباع البحث عن الإثارة والتشويق، ثم التسلية والترفية، فإشباع الحاجة إلى مناقشة الآخرين حول القضايا المطروحة، وأخيرا إشباع الحاجة لتقييم الواقع ومجريات الأحداث.

خامساً:الاتجاهات (الآراء) حول البرامج الحوارية في القنوات الفضية العربية، عند درجة الموافق جدا جاءت على النحو التالي: الرأي على أن البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية تطرح موضوعات وقضايا مهمة، ثم على أنها خلقت الكثير من الجدل والنقاش الاجتماعي المفيد، ثم الرأي بأنها أسهمت في نشر المعرفة والثقافة في الوطن العربي، واختلف ترتيب تلك الآراء عند درجة الموافقة فقط حيث كانت على النحو التالي:أوجدت مساحة من الحرية للتعبير عن الآراء المختلفة، ثم أنها أسهمت في نشر المعرفة والثقافة، ثم على أنها تطرح موضوعات وقضايا مهمة، وتركزت عدم الموافقة على الرأي بأنها أسهمت في خلق قنوات اتصال بين المشاهدين والشخصيات المستضافة، ثم الرأي بأن مقدمي تلك البرامج يديرون الحوار بشكل موضوعي ومحايد.

سادساً: الآثار الناتجة من التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، حيث كانت على النحو التالي: أثر التحاور مع الأصدقاء أو الأهل حول القضايا المطروحة، ثم أثر التعرف على المزيد حول القضايا المطروحة من مصادر أخرى، ثم أثر كونها تساعد في إعادة التفكير تجاه بعض القضايا المطروحة، وأخيرا أثر نقد بعض أو جميع مكونات البرنامج.

سابعاً: أثر التعرض المستمر أو الكثيف لبعض البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية على بعض الخصائص الشخصية المرتبطة بمهارة التفكير الناقد، عند التأثير بشكل كبير جاءت العبارات التالية: التعرض للبرامج الحوارية عودني على تقبل آراء الآخرين ومناقشتهم، ثم دربني على جمع الأدلة والمعلومات قبل أن اصدر الحكم على الأشياء، ثم تنمي لدي القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي، ثم أنها تزيد من القدرة على التمييز بين الآراء والوقائع، وجاءت عبارات تنمي لدي القدرة على بناء المفردات اللغوية، وزادت من قدرتي على الاستدلال المنطقي والاكتشاف، وعودتني على أن استخدم مصادر علمية في استدلالاتي عند الحقل (لا أجد لها تأثير) وفيما يتعلق بالإجابة على تساؤلات الدراسة الأساسية كانت النتائج على النحو التالي:

السؤال الأول

ما العلاقة بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد ؟

أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زاد تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم. كما اتضح أن أبرز برنامج حواري يسهم في تعزيز مهارات التفكير الناقد لدى الشباب هو برنامج ساعة حوار يليه برنامج صدى الملاعب ثم برنامج إضاءات وفي المرتبة الرابعة يأتي برنامج الجولة.

السؤال الثاني :

ما العلاقة بين تعرض الشباب لمضامين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد ؟

أوضحت نتيجة هذا السؤال عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين تعرض الشباب للبرامج الحوارية (الرياضية ، الدينية ، الثقافية ، العلمية والطبية ، الفنية والغنائية) في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم.

السؤال الثالث :

ما العلاقة بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

أوضحت نتيجة هذا السؤال :

(١) وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسنت طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

(٢) وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين أسلوب تقديم البرنامج وطريقة إدارة الحوار المستخدم في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسن أسلوب تقديم البرنامج وطريقة إدارة الحوار المستخدم في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

(٣) وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين التصوير والديكور أو الإخراج المستخدم في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسن التصوير والديكور أو الإخراج المستخدم في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

(٤) وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين مستوى الشخصيات المشاركة (ضيوف البرنامج) في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسن مستوى الشخصيات المشاركة (ضيوف البرنامج) في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

(٥) وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين مستوى مشاركات ومداخلات المشاهدين في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسن مستوى مشاركات ومداخلات المشاهدين في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

(٦) وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين وقت عرض البرنامج في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسن وقت عرض البرنامج في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

(٧) وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين مساحة حرية الرأي في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسنت مساحة حرية الرأي في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

(٨) وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين القناة التي تبث البرنامج في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما تحسنت القناة التي تبث البرنامج في البرامج الحوارية التي يتعرض لها الشباب في القنوات الفضائية العربية كلما تحسنت مهارة التفكير الناقد لديهم.

السؤال الرابع:

ما العلاقة بين الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

أوضحت نتيجة هذا السؤال عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين دوافع الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم.

السؤال الخامس:

ما العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

أوضحت نتيجة هذا السؤال عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لديهم.

السؤال السادس:

ما العلاقة بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد؟

أوضحت نتيجة هذا السؤال عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل بين الآثار التي قد تترتب على تعرض الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد.

السؤال السابع:

ما العلاقة بين تأثير التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة للشباب في القنوات الفضائية العربية على الخصائص الشخصية — المرتبطة بمهارة التفكير الناقد لديهم - ومهارة التفكير الناقد ؟

أوضحت نتيجة هذا السؤال :

(١) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن التعرض الكثيف للبرامج الحوارية التي يحبونها **يزيد من القدرة على التمييز بين الآراء والوقائع** ومهارة التفكير الناقد لديهم، حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على أن التعرض الكثيف لتلك البرامج الحوارية يزيد من القدرة على التمييز بين الآراء والوقائع كلما تحسنت مهارات التفكير الناقد لديهم.

(٢) أوضحت نتيجة هذا السؤال وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة لهم يزيد لديهم حب الإطلاع ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على أن التعرض لتلك البرامج الحوارية **يزيد لديهم حب الإطلاع** كلما تحسنت مهارات التفكير الناقد لديهم.

(٣) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة لديهم يدربهم على جمع الأدلة والبيانات قبل إصدار الحكم على الأشياء ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على أن التعرض لتلك البرامج الحوارية **يدربهم على جمع الأدلة والبيانات قبل إصدار الحكم على الأشياء** كلما تحسنت مهارات التفكير الناقد لديهم.

(٤) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة لهم ينمي لديهم القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على أن التعرض لتلك البرامج الحوارية **ينمي لديهم القدرة على الملاحظة والنقد الموضوعي** كلما تحسنت مهارات التفكير الناقد لديهم.

(٥) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة لهم يعودهم على تقبل آراء الأخرين ومناقشتهم ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على أن التعرض لتلك البرامج الحوارية **يعودهم على تقبل آراء الآخرين ومناقشتهم** كلما تحسنت مهارات التفكير الناقد لديهم.

(٦) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة لهم يزيد من قدرتهم على الاستدلال المنطقي والاكتشاف ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على أن التعرض لتلك البرامج الحوارية **يزيد من قدرتهم على الاستدلال المنطقي والاكتشاف** كلما تحسنت مهارات التفكير الناقد لديهم.

(٧) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن التعرض الكثيف للبرامج الحوارية المحببة لهم ينمي لديهم القدرة على بناء المفردات اللغوية ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على أن التعرض لتلك البرامج الحوارية **تنمي لديهم القدرة على بناء المفردات اللغوية** كلما تحسنت مهارات التفكير الناقد لديهم.

(٨) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن تعرضهم الكثيف للبرامج الحوارية المحببة لهم يعودهم على تحديد المشكلة بوضوح ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على أن تعرضهم لتلك البرامج الحوارية **يعودهم على تحديد المشكلة بوضوح** كلما تحسنت مهارات التفكير الناقد لديهم.

(٩) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ فأقل بين موافقة الشباب على أن تعرضهم الكثيف للبرامج الحوارية المحببة لهم يعودهم على أن استخدم مصادر علمية في استدلالاتهم ومهارة التفكير الناقد لديهم حيث يتضح أنه كلما زادت موافقتهم على أن تعرضهم لتلك البرامج الحوارية **يعودهم على أن استخدم مصادر علمية في استدلالاتهم** كلما تحسنت مهارات التفكير الناقد لديهم.

السؤال الثامن :

ما العلاقة بين متغيرات الدراسة الأولية للشباب وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد؟

أوضحت نتيجة هذا السؤال أن هناك تأثير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل للمتغيرات الأولية للشباب وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ومستوى تفكيرهم الناقد حيث بلغت الدلالة الإحصائية لنموذج تأثير المتغيرات الأولية للشباب وتعرضهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٠٠ وهي قيمة دالة على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠١ فأقل .

وعند النظر إلى النتائج التفصيلية نجد ما يلي:

(١) أن هناك تأثير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل للعمر على مستوى تفكيرهم الناقد حيث بلغت الدلالة الإحصائية لتأثير العمر على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٠٣ وهي قيمة دالة

على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠١ فأقل مما يؤكد قوة تأثير العمر للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد.

وكانت الفروق بين أصحاب الأعمار الصغيرة (٢٠ سنة فأقل) وأصحاب الأعمار المتوسطة والكبيرة (٢١ سنة فأكثر) في مهارات التفكير الناقد لصالح أصحاب الأعمار الصغيرة (٢٠ سنة فأقل).

(٢) وجود تأثير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل للتخصص على مستوى تفكيرهم الناقد حيث بلغت الدلالة الإحصائية لتأثير تخصص الشباب على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٠٣ وهي قيمة دالة على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠١ فأقل مما يؤكد قوة تأثير التخصص للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد

وكانت الفروق بين الذين تخصصهم دراسات شرعية والذين تخصصهم (دراسات إنسانية – علوم طبيعية) في مهارات التفكير الناقد لصالح الذين تخصصهم (دراسات إنسانية – علوم طبيعية).

(٣) وجود تأثير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠١ فأقل للمستوى الدراسي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد حيث بلغت الدلالة الإحصائية لتأثير المستوى الدراسي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٠٠ وهي قيمة دالة على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠١ فأقل مما يؤكد قوة تأثير المستوى الدراسي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد وكانت الفروق بين الذين بالمستويات الدراسية الدنيا (الأول أو الثاني) والذين بالمستويات الدراسية العليا (الثالث أو الرابع أو الخامس أو السادس أو السابع أو الثامن) في مهارات التفكير الناقد لصالح الذين بالمستويات الدراسية العليا (الثالث أو الرابع أو الخامس أو السادس أو السابع أو الثامن).

(٤) وجود تأثير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ فأقل للمعدل التراكمي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد حيث بلغت الدلالة الإحصائية لتأثير المعدل التراكمي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد ٠.٠٣٧ وهي قيمة دالة على وجود تأثير عند المستوى الإحصائي ٠.٠٥ فأقل مما يؤكد قوة تأثير المعدل التراكمي للشباب على مستوى تفكيرهم الناقد وكانت الفروق بين الذين معدلهم التراكمي (من ٤ – ٥) والذين معدلاتهم (من ٣ - أقل من ٤) في مهارات التفكير الناقد لصالح الذين معدلاتهم (من ٣ - أقل من ٤).

كما كانت الفروق أيضا بين الذين معدلهم التراكمي (من ٣ – إلى أقل من ٤) والذين معدلاتهم (من ٢ - أقل ٣) في مهارات التفكير الناقد لصالح الذين معدلاتهم (من ٣ – إلى أقل من ٤).

توصيات الدراسة

تناولت الدراسة في نتائجها النظرية والتطبيقية العلاقة المتبادلة بين التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد، وكان جانب من النتائج النظرية يظهر ويناقش دور التفكير الناقد في التعرض لتلك البرامج كمتغير مستقل، أما الجزء التطبيقي من (الدراسة الميدانية) فتناول دور وأهمية التعرض للبرامج الحوارية كمتغير مستقل في التفكير الناقد، وبعد عرض ومناقشة مجمل نتائج الدراسة يورد الباحث أهم وابرز توصيات الدراسة على المستوى النظري والعملي على النحو التالي :

١- أوصت الدراسات الأجنبية التي بحثت في علاقة ثقافة جمهور الإعلام بالتفكير الناقد، أوصت بتطوير وسائل لقياس تلك العلاقة، وتعد هذه الدراسة أحد المحاولات التي تفحص تلك العلاقة ضمن أهداف محددة، ولا يزال مجال الدراسة هذه جديداً ويحتاج مزيداً من البحث، مع تنوع في مناهج وطرق البحث فيه، كالمنهج التجريبي- والدراسات المقارنة- والدراسات التحليلية.

٢- العمل على تصميم مقاييس خاصة بثقافة جمهور الإعلام ومستوى فكرة الناقد، والتي يمكن من خلالها تصنيف جمهور القنوات الفضائية من الشباب خاصة، إلى مستويات فكرية معينة، بحيث تفيد في التخطيط لحملات الإعلام التثقيفية والتربوية، وبرامج العلاقات العامة التنموية، وغير ذلك.

٣- تصميم مقاييس خاصة بجودة البرامج الحوارية، بحيث يمكن تصنيف البرامج تلك بناءً على أهميتها في رفع مستوى المتلقي- من الشباب- الفكري والناقد بشكل خاص .

٤- إنتاج برامج تختص بالتدريب على كيفية نقد محتويات الإعلام فيما يسمى بتطوير ثقافة جماهير الإعلام، بحيث يكون المتلقي إيجابيا وانتقائيا وناقدا لما يعرض له من مواد وبرامج الإعلام المختلفة خاصة البث الفضائي.

٥- الاهتمام بتدريس طلاب الجامعة بشكل عام وطلاب الإعلام بشكل خاص مواد للتدريب على النقد الإعلامي .

٦- إعادة تقييم طرق التدريس الجامعي بحيث تتطور إلى إكساب الطلاب مهارات التفكير العلياء، ومهارات الحوار البناء، تعليما وتدريبا.

٧- إدخال مهارات الحوار و التفكير في التعليم العام أيضا وخاصة المرحلة الثانوية، وبالذات التفكير الناقد وربطها بالنقد الإعلامي.

٨- إشراك الطلاب في عمليات التقويم التعليمي والتربوي ، وتعويده على تحمل المسئولية لنقد كل ما حوله أو ما يخصه من خلال قنوات خاصة.

المراجع

المراجـع

أولاً : المراجع العربية :

(١) الكتب :

(١) إبـراهيم أنـيس ، " المعجـم الوسـيط " ، (الريـاض : مجمـع اللغـة العربيـة، الجـزء الثـاني، ١٤١٧هـ) .

(٢) ابن تيمية، "درء تعارض العقل والنقل"، (تحقيق محمد رشاد ، دار الكنور الأدبية، الجزء الأول ، ١٣٩٩هـ).

(٣) أبـو الفـضل جمـال الـدين، " لـسان العـرب " ، (دار صـادر بيروت، المجلـد الخـامس، الطبعة الثالثة، ١٩٩٤م) .

(٤) اتحـاد الإذاعـة والتلفزيـون، " الـبرامج الحواريـة (البـث المباشـر) في التلفزيـون المـصري " (جمهوريـة مـصر العربيـة ، ٢٠٠٤م، http:/www.ertu.org./tvchannel/tv.home.htm/ كتـاب الكتروني)

(٥) أحمد بن الحسين بن علي البيهقي ، "شعب الإيمان" ، (تحقيق : محمد السعيد بسيوني، دار الكتب العلمية، بيروت ، ط١، ج٤ ، ١٤١٠هـ) .

(٦) أسـعد رزق . "موسـوعة علـم الـنفس" . (بـيروت. المؤسـسة العربيـة للدراسـات والنـشر. ١٩٧٧م) .

(٧) أمـل الخليلـي ، "الطفـل ومهـارات التفكـير"، (عمـان: دار صـفاء للنـشر والتوزيـع، ط١ ، ٢٠٠٥م).

(٨) بـاقر جاسـم محمـد، "أخلاقيـات الحـوار وشـروطه المعرفيـة"، (مـارس ٢٠٠٤م http://www.op.cit) كتاب الكتروني) .

(٩) بركـات عبـد العزيـز، " اتجاهـات حديثـة في إنتـاج الـبرامج الإذاعيـة"، (القـاهرة دار الكتـاب الحديث، ٢٠٠٠م) .

(١٠) تحسين منصور، "الفضائيات الأجنبية: استخداماتها وتأثيراتها المحتملة على الشباب الأردني: شباب جامعة اليرموك نموذجاً" ، (الأردن ، دار الشرق ، ٢٠٠٢م) .

(١١) جمال محمد علي، "التفكير المفاهيم والنظريات والمهارات"، (الرياض ، مكتبة الرشد، ١٤٢٧هـ).
(١٢) جودة أحمد سعادة. "تدريس مهارات التفكير". (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٣م) .
(١٣) حسن زيتون. "تنمية مهارات التفكير". (الرياض ، الدار الصولتية للتربية. ١٤٢٩هـ) .
(١٤) حسن عماد مكاوي " إنتاج البرامج للراديو : النظرية والتطبيق" (مكتبة الأنجلو المصرية : القاهرة، ١٩٨٩م) .
(١٥) ـــ، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، (الدرا المصرية اللبنانية، الطبعة الخامسة ، ٢٠٠٤م) .
(١٦) خالد محمد المغامسي، "الحوار: آدابه وتطبيقاته في التربية الإسلامية" (مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني في الرياض، ط ٢، ٢٠٠٥م) .
(١٧) دنس ماكويل وسفن ويندل، "نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية " (تعريب، حمزة بيت المال، القاهرة : الدار الدولية للنشر ، ١٤١٨هـ) .
(١٨) ذوقان عبيدات "الفضائيات والإنترنت" (مكتب التربية العربية لدول الخليج ٢٠٠٣م) .
(١٩) راسم محمد الجمال وآخرون، "إدارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي" ، (الدار المصرية اللبنانية ط١، ٢٠٠٥).
(٢٠) رجاء دويدري، "البحث العلمي"، أساسياته النظرية وممارسته العلمية ، (لبنان : دار الفكر ، ط٣ ، ٢٠٠٥) .
(٢١) رشيد النوري البكر، "تنمية التفكير من خلال المنهج المدرسي"، (الرياض : مكتبة الرشد، ط١، ١٤١٥هـ) .
(٢٢) روبرت هيلارد، "الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة"، (ترجمة مؤيد حسن، العين، الإمارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٣م) .
(٢٣) سيد محمد الشنقيطي، "الإعلام الإسلامي " (المنهج)، (الرياض ، ١٤١٢هـ) .
(٢٤) شاكر عبدالرحمن وآخرون ، "تربية التفكير" ، (الإمارات العربية، دبي : دار القلم، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥م) .
(٢٥) صالح أبو اصبع، "الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة"،(الأردن ، دار آرام للنشر: ط ٤ ، ٢٠٠٤م).

(٢٦) عاطف العبد، وفوزية العلي، "دراسات في الإعلام الفضائي"، (عمان: دار الفكر العربي، ١٩٩٥م).
(٢٧) عباس محمود العقاد. "التفكير فريضة إسلامية". (القاهرة : دار نهضة مصر للنشر، ١٩٩٠م) .
(٢٨) عبد الدايم عمر الحسن، "الحوار الإذاعي"، (القاهرة : مكتبة مدبولي، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨م) .
(٢٩) عبد الدائم عمر الحسن، "إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية" ، (القاهرة ، دار القومية العربية للثقافة والنشر: القاهرة، ٢٠٠٣م) .
(٣٠) عبد الرحمن النحلاوي، "التربية بالحوار"، (دمشق : دار الفكر للنشر ، ط ٢، ٢٠٠٤م).
(٣١) عبد الله علي العليان، "الحوار ودوره في الدعوة والتربية والثقافة"، (الأردن : دار الكتاب الثقافي للنشر، ط١، ٢٠٠٤م).
(٣٢) عبد الله محمد القرطبي، "الجامع لأحكام القرآن الكريم" (بيروت : دار الفكر : ١٤١٩هـ).
(٣٣) عبدالحميد محمد، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، (القاهرة : جامعة حلوان، الطبعة الثالثة).
(٣٤) عبدالرحمن الفرج، "الإسلام والتفكير"، (الرياض مؤسسة الجريسي للتوزيع ، الطبعة الأولى ١٤٢٥هـ) .
(٣٥) عبداللطيف العوفي، "دوافع التعرض للقنوات التلفزيونية المحلية والفضائية والإشباعات المتحققة منها، والآثار الناجمة عنها". (جامعة الملك سعود، كلية الآداب ، مركز البحوث، الرقم ١٢٠، ١٤٢٨هـ) .
(٣٦) عبدالله محمد الرفاعي، "اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية والوطنية والمستحدثات الاتصالية" ، (قسم الإعلام/ كلية الدعوة والإعلام/ جامعة الإمام ١٤٢٨هـ).
(٣٧) عدنان يوسف العتوم وأخرون . "تنمية مهارات التفكير"، (عمان: دار المسيرة للنشر الطبعة الأولى . ٢٠٠٧م) .
(٣٨) عمر غباين . "تطبيقات مبتكرة في تعليم التفكير "، (عمان: جهينة للنشر والتوزيع . الطبعة الأولى ٢٠٠٤م) .

(٣٩) فاروق عبد السلام ، "اختبار التفكير الناقد" ، (الرياض ، مكتبة الملك فهد الوطنية ١٤٠٢هـ) .

(٤٠) فتحي جروان، "تعليم التفكير مفاهيم وتطبيقات"، (عمّان، دار الفكر، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٧م) .

(٤١) كرم شبلي، "معجم المصطلحات الإعلامية"، (جدة ، دار الشروق، الطبعة الأولى، المجلد ٣، ١٩٨٩م) .

(٤٢) كرم شلبي، "الخبر الإذاعي"، (بيروت : دار ومكتبة الهلال للنشر ، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨م).

(٤٣) كمال عبد الحميد . "تصنيف الأهداف التدريسية" ، (الأسكندرية : دار المعارف ١٩٩٥م).

(٤٤) محمد الحيزان، "البحوث الإعلامية"، (الرياض : مكتبة الملك فهد، ط٢ ، ٢٠٠٤م) .

(٤٥) محمد المنصف، وناس حمدان "الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبث الأجنبي المباشر: التقرير النهائي"، (تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، ١٩٩٥م).

(٤٦) محمد بن أبي بكر ابن القيم الجوزية، "مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية أهل العلم والإرادة" ، (بيروت: دار الكتب العلمية، ط١، الجزء١-٢ ١٤١٣هـ).

(٤٧) محمد بن أحمد القرطبي، "الجامع لأحكام القرآن الكريم"، (بيروت، لبنان: دار الفكر، ج ٨ ، ١٤١٥هـ) .

(٤٨) محمد بن أحمد القرطبي، "الجامع لأحكام القرآن والمبين لما تضمنه من السنة وآي الفرقان ، تحقيق الدكتور عبدالله التركي" ، (الرياض : مكتبة الرشد ، الجزء ٨، ط١، ١٤٢٧هـ) .

(٤٩) محمد بن محمد الغزالي، "إحياء علوم الدين"، (إعداد إصلاح الرفاعي، مراجعة عبدالصبور شاهين، القاهرة: مركز الأهرام للترجمة والنشر، ط١، ١٤٠٨هـ).

(٥٠) محمد خير رمضان، "صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون"، (الرياض : دار الوطن، ط١، ١٩٩٤م) .

(٥١) محمد عبدالحميد، "الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري"، (القاهرة : دار عالم الكتب، ط٢، ١٩٩٣م) .

(٥٢) محمد عبدالحميد، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، (القاهرة : عالم الكتب ، ط ٣، ٢٠٠٣م).

(٥٣) محمد معوض، وبركات عبد العزيز، "إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية" ، (الكويت: ذات السلاسل، ط ١، ٢٠٠١م) .

(٥٤) مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، "الدليل التعريفي"، (إصدارات مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، الرياض، ٢٠٠٦م) .

(٥٥) مندور عبد السلام فتح الله . "تنمية مهارات التفكير".(الرياض: دار النشر الدولي، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٨م) .

(٥٦) موري جرين ، "أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ"، (ترجمة حمدي قنديل، أحمد سعيد (القاهرة : مكتبة النهضة العربية، ١٩٧٢م)) .

(٥٧) نايفة قطامي. "تعليم التفكير للمرحلة الأساسية" ، (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع(٢٠٠١م)) .

(٥٨) الندوة العالمية للشباب الإسلامي، "أصول الحوار" : (القاهرة : دار التوزيع والنشر الإسلامي ، ط١، ١٩٩٨م) .

(٥٩) ياسين طه، وإبراهيم، محمد معوض، "موقف المشاهدين في دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير". دراسة ميدانية، (الكويت : دار الفكر العربي، ١٩٩٤م) .

(٦٠) يحيى محمد زمزمي، "الحوار: آدابه وضوابطه في الكتاب والسنة"، (مكة المكرمة : دار التربية والتراث للنشر ، ط ٢، ٢٠٠٣م).

(٦١) يوسف قطامي . "نموذج مارزانو لتعليم التفكير للطلبة الجامعيين". (عمان : ديبونو للنشر ، ٢٠٠٧م).

(٢) **الرسائل العلمية :**

(١) أحمد الضبيان، المادة الإخبارية في القنوات الفضائية، دراسة تقويمية لعينة من المادة الإخبارية واستخدام الجمهور لها، (أطروحة دكتوراه : غير منشورة ، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٩٩٧م) .

(٢) ايمان عز الدين دوابه، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام، ((دراسة ماجستير : غير منشورة) مقدمة: لقسم الإعلام وثقافة الطفل بجامعة عين شمس، ٢٠٠٥م) .

(٣) جيلان محمود عبدالرزاق، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء (Talk Show) في القنوات الفضائية العربية، (رسالة ماجستير : غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م).

(٤) خليل بن عبدالله الحيدري، منهجية التفكير العلمي في القرآن الكريم وتطبيقاتها التربوية في المؤسسات الجامعية المعاصرة، (رسالة دكتوراه : غير منشورة، كلية التربية جامعة أم القرى ، ١٤٢٢هـ).

(٥) رائد مصطفى محمد، فاعلية برنامج تدريبي لمهارات التفكير الناقد على عينة من طلبة الصفوف العليا في الأردن، (رسالة ماجستير : غير منشورة، كلية الدراسات العليا الجامعة الأردنية، ١٩٩٦م) .

(٦) ريهام سامي، دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري، (رسالة ماجستير : غير منشورة، مقدمة لقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام بجامعة القاهرة، ٢٠٠٨م) .

(٧) شايع الحسيني، الرضا الوظيفي والتفكير الناقد، (رسالة ماجستير : غير منشورة ، جامعة أم القرى، قسم علم النفس، ١٤١٨هـ) .

(٨) طارق الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، (رسالة ماجستير : منشورة ، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد الرابع مايو ٢٠٠٩ ، مقدمة لقسم الإعلام – جامعة الإمام محمد بن سعود، ٢٠٠٨ م) .

(٩) ظافر علي الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية، (رسالة ماجستير : غير منشورة ، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود ١٤٢٣هـ) .

(١٠) عبد الرحمن الغامدي، التفكير الناقد في ضوء بعض المتغيرات الديمغرافيه والأسرية والأكاديمية لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية ، (رسالة ماجستير : غير منشورة، قسم علم النفس، جامعة أم القرى ، ١٤٢٦هـ).

(١١) عبد الله الفردي ، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية والوعي السياسي ، (رسالة دكتوراه : غير منشورة ، كلية الدعوة والإعلام ، قسم الإعلام بجامعة الإمام ١٤٢٩هـ) .

(١٢) عبد الله عبد العزيز الحسين ، العلاقة بين مستوى التدين واستخدام وسائل الإعلام ، (رسالة ماجستير : منشورة في المجلة العربية للإعلام – العدد الأول – ، جامعة الملك سعود ، قسم الإعلام ، ١٤٢٣هـ).

(١٣) عزت الكعكي ، الآثار المعرفية للحملات الإعلامية بالتلفزيون على الجمهور المصري في إطار نظرية فجوة المعرفة، (رسالة دكتوراه : غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٨م).

(١٤) علي بن سعد العتيبي، استخدام الجمهور للقنوات الفضائية وإشباعاتها، (رسالة دكتوراه : غير منشورة ، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض، ٢٠٠٤م).

(١٥) عماد الحمود، تعرض الجمهور السعودي لبرامج المسابقات الثقافية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية ، (رسالة ماجستير : غير منشورة، الرياض، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٥م) .

(١٦) عمر بن حسن الراشدي، التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية، (رسالة دكتوراه : غير منشورة ، كلية التربية، جامعة أم القرى، ١٤٢٧هـ) .

(١٧) ماجد الدعفس، البرامج المفضلة لدى مشاهدي التلفزيون في المجتمع السعودي. (رسالة ماجستير: غير منشورة ، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض،١٤٠٥هـ) .

(١٨) محمد السلعوسي، البرامج التلفزيونية العربية والإسرائيلية في الميزان، (رسالة ماجستير: غير منشورة ، الرياض: جامعة الملك سعود ٢٠٠٠م).

(١٩) محمد الشريدة. أثر برنامج تدريبي ما وراء معرفي على التفكير الناقد لدى طلبة الجامعة، (رسالة دكتوراه : غير منشورة، جامعة عمان العربية، الأردن ٢٠٠٣م).

(٢٠) محمد عبدالوهاب الكافي ، العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني ، (رسالة دكتوراه : غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٢٠٠٢م).

(٢١) محمد محمد مهني، القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري، (دراسة دكتوراه : غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام (جامعة القاهرة، ١٩٩٤م).

(٢٢) محمود إبراهيم وجيه، دراسة تجريبية للعوامل المساهمة في تحسين التفكير الناقد، (رسالة دكتوراه: غير منشورة ، القاهرة، جامعة عين شمس، كلية التربية، ١٩٦٦م).

(٢٣) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه: دراسة ميدانية على عينة من المجتمع السعودي، الرياض، (رسالة دكتوراه: غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٩٩٤م) .

(٢٤) ناصر الغامدي، تعرض الجمهور السعودي للبرامج الصحية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والإشباعات المتحققة عنها، (رسالة ماجستير : غير منشورة، الرياض: جامعة الملك سعود، ٢٠٠٥م) .

(٣) المجلات والمؤتمرات العلمية

(١) أديب خضور، مشاهدة البث التلفزيوني الفضائي المباشر في الوطن العربي، (جمهور مدينة دمشق نموذجاً، مجلة شؤون عربية، ١٩٩٨م) .

(٢) أماني فهمي دور التعرض لوسائل الإعلام في اكتساب المعلومات عن قضية البوسنة والهرسك، (المؤتمر العلمي السنوي السابع للإعلام وحقوق الإنسان العربي، القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠١م).

(٣) بدران بدران الدور المتغير للاتصال: التلفزيون المحلي في عصر الأقمار الصناعية في دولة الإمارات العربية المتحدة، (المجلة التونسية لعلوم الاتصال العدد ٣٠، ١٩٩٦م).

(٤) حمزة بيت المال، استقبال القنوات الفضائية في المملكة العربية السعودية، (مجلة تلفزيون الخليج، العدد٤ ، ١٩٩٤م).

(٥) رانيا أحمد محمود، مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري ، (مقدم إلى المؤتمر السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧م)) .

(٦) سامي الشريف، القنوات التلفزيونية المتخصصة رؤية نقدية، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد٥، يناير/ أبريل١٩٩٩م).

(٧) سوزان القليني، استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة، (مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، العدد ٤ ، ١٩٩٩م).

(٨) عادل زيادات، عادات وأنماط التعرض للقنوات التلفزيونية في الأردن: (دراسة ميدانية على حائزي أطباق الاستقبال من طلاب جامعة اليرموك، مؤتة للبحوث والدراسات، مج١٢، عدد١، ١٩٩٧م).

(٩) عادل فهمي البيومي، علاقة مضمون القيم لدى الشباب الجامعي بالتعرض للإذاعة والتلفزيون، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام – العدد الرابع – أكتوبر/ ديسمبر، ٢٠٠٠م).

(١٠) عبد الجليل ، علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات الفضائية، (المجلة العربية للعلوم الإنسانية، الكويت، ٢٠٠٠م) .

(١١) عبدالباسط عبد المعطي: استطلاع آراء الجمهور المصري في الأفلام السينمائية، (المجلة الاجتماعية القومية بالقاهرة ، مايو، ١٩٩٤م) .

(١٢) عبداللطيف العوفي،الهوية الثقافية الوطنية والقنوات الفضائية: دراسة في آثار القنوات الفضائية على عينة من الشباب في مدينة الرياض، (المجلة التونسية لعلوم الاتصال، عدد ٣١ ، ١٩٩٧م) .

(١٣) فريال مهنا، التلفزة والوعي التنموي في سوريا، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٣ ديسمبر ١٩٩٨م) .

(١٤) فوزية عبد الله آل علي، دور القائم بالاتصال في تبني البرامج الحوارية لمسئوليتها تجاه المجتمع في دولة الإمارات، ((المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثالث، يوليو ٢٠٠٨م) .

(١٥) ليلى حسين، دور الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، (الإعلام وقضايا الشباب، بحوث المؤتمر الرابع –كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٢٥-٢٧ مايو، ١٩٩٨م).

(١٦) مجدي عبدالكريم حبيب، تنمية وتقويم وتعليم التفكير الناقد المداخل والبرامج والمفاهيم الحديثة ، (من بحوث المؤتمر العربي الأول للمركز القومي للامتحانات والتقويم التربوي- رؤية مستقبلية- في الفترة ما بين ٢٢-٢٤ ديسمبر ٢٠٠١م).

(١٧) محمد الحيزان، التلفزيون المحلي في منافسة القنوات الفضائية: الإشكاليات والإستراتيجيات، (دراسة حالة للتلفزيون السعودي.، المنتدى الإعلامي السنوي الأول للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٣م).

(١٨) محمد القضاة، أثر البرامج المستوردة على الشباب الجامعي، (دراسة ميدانية على شباب الجامعة الأردنية، دراسات، مج ٢٦، العدد١، ١٩٩٩م).

(١٩) محمد زرمان، ثقافة الحور في مرجعيتنا الدينية والفكرية، (أوراق المؤتمر العالمي الثامن: الحوار مع الذات، كلية الآداب والفنون، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، ٢٠٠٤م).

(٢٠) محمد عبدالحميد، المنظور الاجتماعي في دراسة جمهور الوسائل، (مجلة الآداب، جامعة الملك عبدالعزيز، المجلد السادس، ١٩٨٦م).

(٢١) محمد غريب، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، م٦، العدد٢، ٢٠٠٥م).

(٢٢) وفاء ثروت، العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوى معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية على العراق، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام – العدد العشرون، يوليو/ سبتمبر٢٠٠٣م) .

(٢٣) وليد فتح الله بركات، تعرض الصفوة لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية. (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد الرابع، يناير- ديسمبر ٢٠٠٣م).

ثانياً : المراجع الأجنبية

(1) A Susan Jacqueleine "Claims-making activities and television talk-show: Astudy in the construction of social problems". Dissertation abstracts international. Vol. 33, No. 2, 1994.

(2) Al-menayes,J. Television viewing Paternalism: The State of Kuwait after the Iraqi , invasion. Gazette. Vol.(1996).

(3) Al-menayes,J. Television viewing Paternalism: The State of Kuwait after the Iraqi , invasion. Gazette. Vol.(1996).

(4) Anne Grindstaff. "Airing dirty. Laundry: Behind the Scenes of a day time television talk show". Dissertation abstracts international. Vol. 58, No. 3A, 1996.

(5) Arnett, J., et., "Beyond Effects: Adolescents as Active Medim Users", Journal of Youth and Adolescence, vol. 24, No .5. 1995.

(6) Barell,. Grating our Pathways: Teaching Students to think and beeome selfdireeted .In N . Colangelo&G. A . Davis(eds.), Hand Book of gifted educaneedham Heights, M A: Allyn and Bacon.J.(1991).

(7) Barell,. Grating our Pathways: Teaching Students to think and beeome selfdireeted .In N . Colangelo&G. A . Davis(eds.), Hand Book of gifted educaneedham Heights, M A: Allyn and Bacon.J.(1991).

(8) Bjarne Amalt. "Gudesens conditiori: Re-evangelism on public television in Norway". Dissertation abstracts international. Vol. 37, No. 1, 1998.

(9) Bradbury, K., und Felsen the l,N,. "what Dowe know About the Audience for Cuble Telerision? Auses and gratifications Anuly sis of Cuble Decliners, Hpuper presented at the unnual meeting of the speech communication Asso Cition, Chicago, Norember 2, 1990) .

(10) Brookfield, Developing critical thinker,1 edition. Open Unversity press, England. S.D.(1987).

(11) Clark. Growing up giftedness(4th ed). New York: Macmillan Publishing Company, B.(1992)

(12) Costa. A . Glossary of Thinking Skills. Developing Minds; A Resouree Book for Teachimking. California, VA;Association for Supervision and Curriculum Development A(1985).

(13) Costa. A . Glossary of Thinking Skills. Developing Minds; A Resouree Book for Teachimking. California, VA;Association for Supervision and Curriculum Development A(1985).

(14) Costa. A . Glossary of Thinking Skills. Developing Minds; A Resouree Book for Teachimking. California, VA;Association for Supervision and Curriculum Development A(1985).

(15) Costa. A . Glossary of Thinking Skills. Developing Minds; A Resouree Book for Teachimking. California, VA;Association for Supervision and Curriculum Development A(1985).

بسم الله الرحمن الرحيم

س١ العمر ☐ سنة

س٢ الحالة الاجتماعية:

١) أعزب ☐ ٢) متزوج ☐ ٣) مطلق ☐ ٤) أرمل ☐

س٣ التخصص

١) دراسات إنسانية ☐ ٢) دراسات شرعية ☐ ٣) علوم طبيعية ☐ ٤) علوم تطبيقية ☐

س٤ المستوى الدراسي:

١) الأول أو الثاني ☐ ٢) الثالث أو الرابع ☐ ٣) الخامس أو السادس ☐ ٤) السابع أو الثامن ☐

س٥ المعدل التراكمي:

١) اقل من ٢ ☐ ٢) من ٢- اقل من ٣ ☐ ٣) من ٣- إلى اقل من ٤ ☐ ٤) ٤-٥ ☐

أسئلة خاصة بأنماط التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

تحرص القنوات الفضائية العربية، على تقديم البرامج الحوارية المباشرة وغير المباشرة، وهي شكل من أشكال البرامج التلفزيونية، يحاور من خلاله مقدم البرنامج ضيفاً أو مجموعة من الضيوف، سواء داخل الأستديو، أو من خلال الاتصال الهاتفي، أو عبر الأقمار الصناعية، حول موضوعات ثقافية واجتماعية ودينية وسياسية وفنية ورياضية.. إلخ. **حول عادات وأنماط التعرض تلك نرجو الإجابة على الأسئلة التالية:**

١/ هل تحرص على مشاهدة بعض البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية:

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

البرامج الحوارية ومتابعتها

س٢ ما مدى حرصك على متابعة أنواع(مضامين) البرامج الحوارية التالية ؟

	درجة الحرص / نوع البرامج	أحرص بشدة	أحرص إلى حد ما	لست حريصاً على مشاهدتها	لا أتابعها إطلاقاً
١	البرامج الحوارية الثقافية				
٢	البرامج الحوارية الدينية				
٣	البرامج الحوارية الرياضية				
٤	البرامج الحوارية السياسية				
٥	البرامج الحوارية العلمية والطبية				
٦	البرامج الحوارية الفنية والغنائية				
٧	البرامج ا الحوارية لاقتصادية				
٨	أخرى (أذكرها)				

س٣/ أكتب أسماء أفضل خمس برامج حوارية تحرص على مشاهدتها بالترتيب حسب الأهمية:

١/ ....

٢/ ....

٣/ ....

٤/ ....

٥/ ....

* الإشباعات المتحققة من مشاهدة البرامج الحوارية .

س٤) إلى أي مدى ترى أن البرامج الحوارية ، التي تتابعها في القنوات الفضائية العربية، تساعدك في تحقيق الإشباعات التالية؟

	العبارة / درجة الاتفاق	موافق جداً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق جداً
١	تشبع لدي الحاجة لمناقشة الآخرين حول القضايا المطروحة					
٢	الحاجة لتقييم الواقع ومجريات الأحداث					
٣	لقضاء وقت الفراغ					
٤	معرفة وجهات النظر المختلفة					
٥	معرفة آراء بعض الجمهور من المشاركين أو المتصلين					
٦	البحث عن الإثارة والتشويق					
٧	للحصول على معلومات ومعارف جديدة					
٨	للتسلية والترفيه عن النفس					
٩	تثير لدي التفكير لتحقيق إشباعات أخرى.					

* الآثار المصاحبة للتعرض للبرامج الحوارية :

س٥ حدد درجة بعض الآثار السلوكية نتيجة تعرضك للبرامج الحوارية المفضلة لديك:

	العبارة / درجة الموافقة	دائما	أحيانا	نادرا	لا على الإطلاق
١	أتعرف على المزيد حول القضايا المطروحة، من وسائل أخرى.				
٢	أتحاور مع الأصدقاء أو الزملاء أو الأهل، حول ما تطرحه من قضايا.				
٣	أرغب في المشاركة من خلال الاتصال بالبرنامج .				
٤	أنصح غيري بمتابعتها .				
٥	تساعدني في إعادة التفكير تجاه بعض القضايا المطروحة في البرنامج.				
٦	أنقد بعض أو جميع مكونات البرنامج.				
٧	تصرف آخر يذكر				

س٦) إلى أي مدى ترى أن العوامل التالية، تؤثر في دوافعك لمتابعة البرامج الحوارية المفضلة لديك :

	الرأي / سمة البرنامج	بشكل كبير جداً	بشكل كبير	إلى حد ما	ليس له تأثير على دوافعي
١	طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة				
٢	أسلوب تقديم البرنامج وطريقة إدارة الحوار				
٣	التصوير والديكور أو الإخراج				
٤	الشخصيات المشاركة (ضيوف البرنامج)				
٥	مشاركات ومداخلات المشاهدين للبرنامج				
٦	وقت عرض البرنامج				
٧	مساحة حرية الرأي في البرنامج				
٨	القناة التي تبث البرنامج				
٩	أخرى أذكرها:				

الاتجاهات نحو البرامج الحوارية/

س٧) فيما يلي مجموعة من العبارات المتعلقة برأيك بالبرامج الحوارية المفضلة لديك، ما مدى اتفاقك معها:

	درجة الموافقة / العبارة	موافق جداً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق جداً
١	أوجدت مساحة من الحرية للتعبير عن الآراء المختلفة.					
٢	تطرح موضوعات وقضايا مهمة					
٣	يدير مقدمي هذه البرامج النقاش بشكل موضوعي ومحايد.					
٤	خلقت الكثير من الجدل والنقاش الاجتماعي المفيد حول ما تطرحه من قضايا.					
٥	أسهمت في خلق قناة اتصال بين المشاهد والشخصيات العامة					
٦	أسهمت في نشر المعرفة والثقافة في الوطن العربي					
٧	أخرى تذكر					

اختبار التفكير النَّاقد

تعليمات الاختبار:

١- يتضمن الاختبار خمسة أقسام مستقلة ويجب مراعاة التعليمات الخاصة بكل قسم.

٢- لا تقلب هذه الصفحة حتى يُؤذن لك.

٣- لا تضع أي علامات على هذه النسخة.

٤- ضع كل العلامات الخاصة بالإجابة على ورقة الإجابة المنفصلة المعطاة لك.

٥- قبل أن تجيب على أسئلة كل قسم إقرأ التعليمات الخاصة به بدقة تامة، وكذلك المثال التوضيحي لطريقة الإجابة.

٦- إذا رغبت في تغيير إحدى إجاباتك تأكد من محو الإجابة السابقة تماماً.

٧- لا تترك سؤالاً دون أن تجيب عليه.

الاختبار الأول

معرفة الافتراضات

تعليمات:

- يبدأ كل تمرين في هذا الاختبار بعبارة ويأتي بعد كل عبارة عدة افتراضات مقترحة وعليك أن تقرر ما إذا كان كل افتراض يمكن الأخذ به حسب ما جاء في العبارة أم لا.
- فإذا اعتقدت أن الافتراض يتمشّى مع ما جاء في العبارة املأ المربع الذي أمام رقم الافتراض (في ورقة الإجابة) تحت كلمة وارد.
- وإذا اعتقدت أن الافتراض لا يتمشّى مع ما جاء في العبارة املأ المربع الذي أمام رقم الافتراض (في ورقة الإجابة) تحت كلمة غير وارد.
- وفيما يلي مثال يوضّح كيف تملأ المربعات في ورقة الإجابة

مثال :

طالما كان الطفل في سن مبكرة فإنّ على الآباء أن يتسامحوا عند قيامه بأعمال يعتبرها الآباء خاطئة.

افتراضات مقترحة	الافتراض: وارد	غير وارد
١- الآباء غير متسامحين مع أبنائهم.	☐	●
٢- الأطفال في سن مبكرة لا يدركون أن أعمالهم خاطئة	●	☐
٣- الأطفال لا يخطئون	☐	●

العبارة: مع أنّ التلفزيون من أفضل الوسائل التعليمية إلاّ أنّه لا يصلح لكل مجالات التعليم.

افتراضات مقترحة:

١ – يصلح التلفزيون لكل مجالات التعليم.

٢ – توجد وسائل تعليمية أخرى غير التلفزيون.

٣ – الوسائل التعليمية الأخرى أفضل من التلفزيون.

العبارة: بعض السلوك الإنساني سلوك حيواني.

افتراضات مقترحة:

٤ – يشترك الإنسان والحيوان في بعض مظاهر السلوك.

٥ – السلوك الحيواني يتسم بالعدوانية.

٦ – السلوك الإنساني يتسم بالمرونة.

العبارة: يُقصدُ بالتعاون أن يعمل جماعة من الناس من أجل تحقيق هدف مشترك، على سبيل المثال يتعاون الناس من أجل الحصول على كسب مشترك، أو للدفاع عن أنفسهم، أو لمساعدة الآخرين... الخ.

افتراضات مقترحة:

٧ – التعاون مسألة سهلة موجودة بين كل الناس.

٨ – التعاون من أجل تحقيق أهداف هدامة مما نهى عنه الدين هو تعاون سلبي.

٩ – عندما تتلاقى آراء جماعة من الناس في هدف مشترك نقرر أنهم على قدرٍ كافٍ من التعاون فيما بينهم.

العبارة: إنّ علاقة الطفل بأبويه هي الأساس في حياة الطفل الاجتماعية المستقلة مع الآخرين فيما بعد.

افتراضات مقترحة :

١٠ – يلعب الوالدان دوراً هاماً في حياة الطفل الاجتماعية المستقلة.

١١ – الطفل له شخصيته المستقلة ويبني علاقاته مع الآخرين بنفسه.

١٢ – هناك تأثير قليل من جانب الوالدين في حياة الطفل الاجتماعية.

العبارة: بعض الناس ممّن يتعرَّضون للمرض النفسي قد يتعرَّضون للمرض العقلي.

افتراضات مقترحة:

١٣ – يصاب الإنسان فقط بالمرض النفسي.

١٤ – هناك علاقة بين المرض النفسي والمرض العقلي.

١٥– كل المرضى العقليين كانوا مرضى نفسيين.

العبارة : إذا أنشأنا نُظماً تعليمية حديثة، فإنّنا نضمن المحافظة على التقدم التكنولوجي.

افتراضات مقترحة:

١٦ – ننعم الآن بالتقدم التكنولوجي.

١٧ – ما لم نعمل على إنشاء نظم تعليمية حديثة، فإنّنا سوف نتعرض إلى تأخر تكنولوجي.

١٨ – إذا كانت لدينا نظم تعليمية حديثة، فإنّ هذا سوف يضمن لنا المحافظة على التقدم التكنولوجي.

العبارة: بعض الوصفات الطبيعية تفيد في علاج الإنسان أكثر من الأدوية التي يقررها الطبيب.

افتراضات مقترحة:

١٩ – كل الوصفات الطبيعية تضر بصحة الإنسان.

٢٠ – الأطباء لا يعرفون الوصفات الطبيعية.

٢١ – هناك بعض الوسائل الأخرى تفيد في علاج الإنسان غير الأدوية التي يقررها الطبيب.

العبارة: أسامة لن يدعو سامي لحفلته.

افتراضات مقترحة :

٢٢ – أسامة تخرَّج هذا العام من الجامعة.

٢٣ – أسامة لا يحب سامي الآن.

٢٤ – لم يُقِم أسامة حفلته بعد .

العبارة: إبراهيم حَسَنُ الحظ، لأنّ عمله قريب من منزله ولهذا فليس لديه مشاكل في المواصلات.

افتراضات مقترحة:

٢٥ – ليس عند العاملين مشاكل مواصلات.

٢٦ – إذا مارسنا النظام فلن يكون هناك مشاكل مواصلات.

٢٧ – يكون العاملون سيئي الحظ إذا كان العمل في منطقة بعيدة عن المنزل.

العبارة: الإنسان العاقل هو من يقود سيارته بسرعة مناسبة.

افتراضات مقترحة:

٢٨ – لابد للإنسان أن يكون عاقلاً حتى يقود سيارته بسرعة مناسبة.

٢٩ – ليس لدى الإنسان الأحمق من الإدراك ما يكفي لجعله يقود سيارته بسرعة مناسبة.

٣٠ – من يقود سيارته بسرعة ٦٠كم/ س فهو إنسان عاقل.

الاختبار الثاني

التفسير

تعليمات :

❖ كل تمرين فيما يلي يتكوَّن من عبارة قصيرة تتبعها عدة نتائج مقترحة.

❖ افترض لتحقيق الهدف من هذا الاختبار أنّ كل شيء وارد في العبارة صادق، والمشكلة هي أن تحكم على ما إذا كانت نتيجة مقترحة تترتب على المعلومات الواردة في العبارة منطقياً وبغير شك كبير أم لا.

❖ إذا كنت تعتقد أن النتيجة المقترحة تترتب على العبارة بدرجة معقولة من اليقين فاملأ المربع الذي أمامها تحت كلمة (النتيجة مترتبة) وإذا كنت تعتقد أن النتيجة المقترحة لا تترتب على العبارة بدرجة معقولة من اليقين فاملأ المربع الذي أمامها تحت كلمة (النتيجة غير مترتبة).

❖ فيما يلي مثال يوضّح كيف تملأ المربعات في ورقة الإجابة.

مثال : حصل أمير على درجة النهاية العظمى في مادة الرياضيات في امتحان شهادة الثانوية العامة. وقد درس أمير في مدرسة الملك عبد العزيز الثانوية بمكة المكرمة.

نتائج مقترحة	النتيجة: مترتبة	النتيجة: غير مترتبة
١- جميع طلاب هذه المدرسة حصلوا على النهاية العظمى في مادة الرياضيات.	☐	●
٢- محتمل أن يكون أمير متفوقاً في كل المواد	●	☐
٣- أمير طالب محبوب من كل زملائه.	☐	●

الاختبار الثالث

تقويم المناقشات

تعليمات:

❖ يبدأ كل تمرين في هذا الاختبار بسؤال ويأتي بعد كل سؤال عدة إجابات. والمطلوب منك هو أن تحكم على كل إجابة هل هي قوية أم ضعيفة.

الإجابات القوية : هي الإجابات المهمة والتي تتصل مباشرة بالسؤال.

الإجابات الضعيفة: هي الإجابات التي لا تتصل مباشرة بالسؤال أو تكون ذات أهمية قليلة فيما يتعلق بالسؤال.

❖ فإذا كنت ترى أن الإجابة قوية أملأ المربع الذي أمام رقمها في ورقة الإجابة تحت كلمة قوية أما إذا كنت ترى أن الإجابة ضعيفة إملأ المربع تحت كلمة ضعيفة.

❖ فيما يلي مثال يوضح كيفية ملء المربعات في ورقة الإجابة:

مثال : هل من الضروري وضع قانون لتحديد الأجور بين العمال وأصحاب العمل؟

إجابات مقترحة:	الإجابة: قوية	الإجابة: ضعيفة
١- نعم: لأنّ من واجب الدولة حماية العمال.	☐	●
٢- لا: فيجب ترك هذه للأفراد يقررونها بأنفسهم.	●	☐
٣- لا: فوسائل الإعلام والتوجيه يمكن أن تحقق هذه الغاية.	☐	●

السؤال: هل يمكن أن تعمل المرأة في مهنة الطب إذا كانت مؤهلة لذلك؟

إجابات مقترحة:

٦١ – نعم: المرأة تعمل الآن في كافة الميادين.

٦٢ – لا: لأنّ المرأة قد تخجل من مواجهة العمليات الجراحية الخاصة بالرجال.

٦٣ – لا: لأنّ مسؤولية الأم الأولى هي تربية أطفالها.

السؤال: هل من الواجب أن يذاكر التلاميذ دروسهم وفق جدول منتظم موحَّد؟

إجابات مقترحة:

٦٤ – نعم: ينبغي على التلاميذ أن يتعلموا أنّهم لا يستطيعون دائماً أن يحققوا رغباتهم في الاستذكار بطريقتهم الخاصة.

٦٥ – نعم: حتى يتعود التلاميذ على الدقة والنظام.

٦٦ – لا: فهناك فروق فردية بين التلاميذ وعلى ذلك يجب أن يذاكر التلاميذ دروسهم وفق ميولهم واتجاهاتهم الخاصة.

السؤال: هل التلفزيون كأداة تثقيفية أفضل من المسرح؟

إجابات مقترحة:

٦٧ – لا: لأنّ الممثلين يظهرون على المسرح بأنفسهم.

٦٨ – نعم: فالتلفزيون يمكن أن ينقل إلى المشاهد ما لا يستطيعه المسرح.

٦٩ – نعم: فالتلفزيون متعة سهلة مريحة.

السؤال: هل يجب أن ننشيء جمعيات خيرية لجمع بعض أموال الأغنياء لصالح الفقراء.

إجابات مقترحة:

٧٠ – نعم: لأنّه بدون هذه الأموال لن يعيش الفقراء.

٧١ – نعم: لأنّ الفقراء ينقصهم الكثير من الكماليات وأدوات الترفيه.

٧٢ – لا: لأنّ دخل كل فرد إنّما يحصل عليه بمجهوداته الخاصة.

السؤال: هل من الضروري التوسع في تعليم الفتاة؟

إجابات مقترحة:

٧٣ – لا: لأنّ التعليم ينمي عند الفتاة حب المناقشة والشخصية المستقلة.

٧٤ – نعم: فالفتاة تعرف أمورها الدينية والمعيشية عن طريق التعليم.

٧٥ – لا: لأنّ الفتاة في نهاية المطاف ستكون ربة بيت.

السؤال: هل ينبغي أن نسمح للأبناء بمناقشة آبائهم في بعض شئونهم الخاصة دون حرج؟

إجابات مقترحة:

٧٦ – لا: فاحترام الآباء فوق كل اعتبار.

٧٧ – نعم: فالأبناء تتبلور شخصياتهم عن طريق هذه المناقشات.

٧٨ – لا: لأنّ الأبناء إذا أُعطوا حرية كاملة فإنّها تؤثر على شخصياتهم تأثيراً سلبياً.

السؤال: هل كان التعليم في الماضي أفضل من التعليم الآن؟

إجابات مقترحة:

٧٩ – لا: لأنّ البرامج الدراسية وطرق التدريس تحسنت كثيراً في هذه الأيام.

٨٠ – نعم: لأنّ مواد الدراسة كانت أصعب منها عن الآن.

٨١ – نعم: فالتلاميذ كانوا أكثر طاعة لمدرسيهم عن الآن.

السؤال: هل من ا لضروري تطوير صناعتنا اليدوية إلى صناعات آلية؟

إجابات مقترحة:

٨٢ – نعم: حتى نلحق بركب الحضارة.

٨٣ – لا: فبعض الصناعات اليدوية تفقد قيمتها إذا صنعت بطريقة آلية.

٨٤ – نعم: حتى نوفّر الكثير من الوقت والجهد.

السؤال: هل يجب أن يتطور التعليم الثانوي بحيث لا يكون الهدف الوحيد هو الالتحاق بالجامعة؟

إجابات مقترحة:

٨٥ – لا: فبدون التعليم الجامعي لا ترتقي الأمم.

٨٦ – نعم: حتى يمكن تخريج الفنيين اللازمين لتطوير الصناعات وزيادة الإنتاج ومن ثمّ الازدهار والتقدم.

٨٧ – لا : فلابد لكل فرد في المجتمع أن ينال فرصته في التعليم الجامعي.

السؤال: هل مهمة المدرسة الوحيدة هي تعليم التلاميذ المواد الدراسية؟

إجابات مقترحة:

٨٨ – نعم: لأنه بدون المواد الدراسية لن تنشأ المدارس.

٨٩ – لا: فهناك مهام أخرى للمدرسة غير تعليم المواد الدراسية.

٩٠ – نعم: لأنّ المعيار الرئيس لالتحاق التلميذ بالجامعة هو مقدار ما حصل عليه من مجموع في المواد الدراسية.

الاختبار الرابع

الاستنباط

تعليمات:

- يتكون كل تمرين في هذا الاختبار من عبارتين يأتي بعدهما عدة نتائج مقترحة. اعتبر العبارتين صحيحتين تماماً حتى لو كانت إحداها أو كانتا معاً ضد رأيك ثمّ اقرأ النتيجة **الأولى** فإذا وجدت **أنها** مشتقةٌ تماماً من العبارتين:
- إملأ المربع الذي أمام رقم النتيجة(في ورقة الاجابة) تحت كلمة صحيحة.
- أما إذا وجدت أنها غير مشتقةٌ من العبارتين إملأ المربع الذي أمام رقم النتيجة(في ورقة الإجابة) تحت كلمة غير صحيحة وهكذا.
- المثال التالي يوضح كيفية ملء المربعات في ورقة الإجابة:

مثال :

كل شجاع هو من يدافع عن وطنه، **وليد** يدافع عن وطنه..

إذن :

	النتيجة	
	صحيحة	غير صحيحة
١- كل الناس تحب الدفاع عن أوطانهم.	☐	●
٢- وليد شجاع.	●	☐
٣- وليد جبان.	☐	●

العبارة: الطلبة المجتهدون في مادة الفيزياء مثابرون، حمدي طالب مجتهد في الفيزياء.

إذن:

٩١ – حمدي طالب مثابر.

٩٢ – المجتهدون في الفيزياء أكثر تحصيلاً في المدرسة.

٩٣ – المجتهدون في الرياضيات مجتهدون في الفيزياء.

العبارة: كل الفنانين موهوبون، بعض الفنانين غير فخورين بأنفسهم.

إذن:

٩٤ – كل الموهبين فنانون.

٩٥ – ليس بين الفخورين بأنفسهم من هو موهوب.

٩٦ – بعض الموهوبين فنانون.

العبارة: كل تلاميذ المدرسة الثانوية يدرسون في اللغة الإنجليزية، بعض تلاميذ المدرسة الثانوية يدرسون اللغة الألمانية.

إذن:

٩٧ – كل الذين يدرسون في اللغة الإنجليزية تلاميذ في المدرسة الثانوية.

٩٨ – بعض الذين يدرسون في اللغة الإنجليزية يدرسون اللغة الألمانية.

٩٩ – كل الذين يدرسون في اللغة الألمانية لا يدرسون اللغة الإنجليزية.

العبارة: كل الذين يميلون إلى المرح يحبون مشاهدة التلفزيون، بعض الناس لا يحبون مشاهدة التلفزيون.

إذن:

١٠٠ – الذين لا يميلون إلى المرح لا يحبون مشاهدة التلفزيون.

١٠١ – الذين يحبون مشاهدة التلفزيون يميلون إلى المرح.

١٠٢ – ليس بين من يميلون إلى المرح من لا يحب مشاهدة التلفزيون.

الاختبار الخامس

الاستنتاج

تعليمات:

- يبدأ كل تمرين في هذا الاختبار بفقرة تشتمل على بعض الوقائع عليك أن تعتبرها صحيحة وبعد كل فقرة ستجد عدداً من الاستنتاجات.
- اختبر كل استنتاج على حده وقدر درجته من الصحة أو الخطأ. وستجد في ورقة الإجابة أمام رقم كل استنتاج خمسة مربعات يوجد أعلاها الكلمات الخمسة التالية:

صادق تماماً، محتمل صدقه، بيانات ناقصة، محتمل خطؤه، خاطيء تماماً.

- اقرأ كل استنتاج وحدّد درجته من الصحة والخطأ في ضوء الكلمات الخمسة السابقة فإذا اعتقدت أنه صادق تماماً املأ المربع تحت كلمة صادق تماماً. وهكذا ...
- المثال التالي يوضّح كيفية ملء المربعات في ورقة الإجابة.

مثال :

حضر ألف من تلاميذ السنة الأولى الثانوية اجتماعاً اختيارياً في نهاية الأسبوع في إحدى المدن. واختار التلاميذ في هذا الاجتماع موضوعات حول العلاقة بين الأجناس ووسائل تحقيق سلام عالمي دائم ليناقشوها، لأنهم شعروا بأنها من أكثر الموضوعات أهمية في الوقت الحاضر.

استنتاجات مقترحة

	صادق تماماً	محتمل صدقه	بيانات ناقصة	محتمل خطؤه	خاطئ تماماً
١. يتراوح سن معظم هؤلاء الطلاب بين ١٩، ٢٠ سنة.	☐	☐	☐	☒	☐
٢. جاء هؤلاء التلاميذ من جميع أنحاء العالم.	☐	☐	☒	☐	☐
٣. ناقش التلاميذ مشكلات تتصل بالعلاقات بين العمال فقط.	☐	☐	☐	☐	☒
٤. شعر بعض تلاميذ السنة الأولى الثانوية أن مناقشة العلاقات العنصرية ووسائل تحقيق السلام العالمي عمل هام مفيد.	☒	☐	☐	☐	☐
٥. هؤلاء التلاميذ – الذين حضروا الاجتماع – لديهم اهتمام أشد بالنواحي الإنسانية أو بالمشكلات الاجتماعية الشاملة عن معظم طلاب السنة الأولى الثانوية.	☐	☒	☐	☐	☐

العبارة: أُقيمت مسابقة بين مجموعة من الطلاب لاختيار الطالب المثالي، وكانت النتيجة أن نال شريف أغلبية الأصوات. بينما حصل الطلاب الآخرون على عدد أقل نسبياً من الأصوات.

استنتاجات مقترحة:

١٢١ – الطلاب الآخرون غير صالحين للقيادة الطلابية.

١٢٢ – شريف هو أحسن الطلاب من الناحية العلمية.

١٢٣ – شريف هو أكثر الطلاب إخلاصاً لزملائه.

١٢٤ – شريف يحب جميع أفراد أسرته ويبادلونه هذا الحب.

١٢٥ – الطلاب الآخرون متفوقون علمياً وغير متفوقين اجتماعياً.

العبارة: طُبِقَ اختبار في الابتكار على تلاميذ أحد الفصول بمدرسة ثانوية وكان الفصل في هذا الاختبار فوق المتوسط، كما أظهرت نتيجة الاختبار أنّ التلاميذ الحاصلين على درجات عالية فيه هم أوائل الفصل في المواد الدراسية.

استنتاجات مقترحة:

١٢٦ – هناك علاقة وثيقة بين درجة الابتكار والتفوق في الدراسة.

١٢٧ – لا يتمكن من الالتحاق بالمدرسة الثانوية سوى التلميذ المبتكر.

١٢٨ – لو طُبِقَ هذا الاختبار على تلاميذ مدرسة ابتدائية لحصلنا على نفس النتيجة.

١٢٩ – التلاميذ المبتكرون أذكياء.

١٣٠ – لا يتمكن من الالتحاق بالمدرسة الثانوية سوى التلميذ المتفوق في المواد الدراسية.

العبارة: تسير أبحاث الفضاء في معظم دول العالم في اتجاهين، أبحاث يقوم بها الجانب العسكري ويُفرض عليها ستار كثيف من السرية، وأبحاث تقوم بها الهيئات العلمية لجميع معلومات عن الفضاء يمكن أن تفيد البحث العلمي والأغراض السلمية.

استنتاجات مقترحة:

١٣١ – هذا الازدواج في الأبحاث العلمية لا ضرورة له.

١٣٢ – أبحاث الجانب العسكري تختلف عن أبحاث الهيئات العلمية.

١٣٣ – يستفيد الجانب العسكري من أبحاث الهيئات العلمية بينما لا تستطيع الأخيرة ذلك.

١٣٤ – التعاون بين الجانب العسكري والهيئات العلمية يساعد على تقدم أبحاث الفضاء.

١٣٥ – أبحاث الجانب العسكري تسير في اتجاه الدمار بينما تسير أبحاث الهيئات العلمية في اتجاه الخير.

العبارة: ينصح أطباء الأسنان الأطفال بالإقلال من أكل الحلوى قبل النوم لأننا بذلك نحميهم من تسوس الأسنان.

استنتاجات مقترحة:

١٣٦ – الإقلال من أكل الحلوى قبل النوم له أيضاً مضاره.

١٣٧ – الإقلال من أكل الحلوى قبل النوم علاج كاف لمرض تسوس الأسنان.

١٣٨ – يكفي جداً لوقاية الأطفال من مرض تسوس الأسنان أن يمنع الأطفال من أكل الحلوى.

١٣٩ – ليست هناك أية مسببات أخرى لمرض تسوس الأسنان سوى الإكثار من أكل الحلوى قبل النوم.

١٤٠ – توجد نسبة كبيرة من الأطفال مصابين بمرض تسوس الأسنان.

العبارة: لا زالت جموع كثيرة من أهل الريف على الرغم من المشرعات العديدة التي أُدخلت عليه تتجه إلى المدن جرياً وراء فرصة العمل في الصناعات الجديدة وترتب على ذلك أن زادت مشكلات المدينة في قطاعي الإسكان والمواصلات وغيريهما.

استنتاجات مقترحة:

١٤١ – فرص العمل في المدن أكثر منها في الريف.

١٤٢ – يحصل العامل في المدينة على أجر أكبر من الذي يحصل عليه في الريف.

١٤٣ – لا يأتي إلى المدينة إلا العامل العاطل.

١٤٤ – نسبة الزيادة في المشروعات العمالية في المدن أكبر منها في الريف.

١٤٥ – زيادة المشروعات العمالية في الريف تساعد على حل مشكلتي الإسكان والمواصلات بالمدن.

العبارة: واجب العلماء أن يرفعوا الشعب إلى علمهم وألا يهبطوا بعلمهم إلى الشعب لسببين:

الأول: أنّ مستوى الشعب يجب أن يرتفع دائماً.

الثاني: أنّ العلم يجب أن يحتفظ بحقائقه وألا يهبط بمستواه .

استنتاجات مقترحة :

١٤٦ – ما ينطبق على العلم في هذه الفقرة ينطبق أيضاً على الأدب والفن والفلسفة.

١٤٧ – أحد أهداف العلم الرئيسية هي رفع مستوى الشعب.

١٤٨ – الهبوط بالعلم يؤدي إلى هبوط مستوى الشعب نفسه.

١٤٩ – احتفاظ العلم بحقائقه أهم من فهم الشعب له.

١٥٠ – ارتفاع مستوى الشعب ينتج من ارتفاع مستوى العلم.

٠٠انتهت الأسئلة٠٠